

**DETERMINAN KEPUASAN NASABAH ELEKTRONIK  
MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA  
PENDEKATAN E-KUALITAS LAYANAN**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**KRISTI FIKI ANDRAYANI**

**NIM: 18540096**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2021**

**DETERMINAN KEPUASAN NASABAH ELEKTRONIK  
MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA  
PENDEKATAN E-KUALITAS LAYANAN  
SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelas Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**KRISTI FIKI ANDRAYANI**

**NIM: 18540096**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**DETERMINAN KEPUASAN NASABAH ELEKTRONIK *MOBILE*  
BANKING BANK SYARIAH INDONESIA PENDEKATAN E-KUALITAS  
LAYANAN**

**SKRIPSI**

Oleh

**KRISTI FIKI ANDRAYANI**

NIM: 18540096

Telah disetujui

Dosen Pembimbing,



**Nihayatu Aslamatis Solekah,SE., MM**  
NIDT. 19801109201608012053

Mengetahui;

Ketua Jurusan,



**Eko Suprayitno, S.E.,M.Si.,Ph.D**  
NIP. 19751109 199903 1 003

**DETERMINAN KEPUASAN NASABAH ELEKTRONIK *MOBILE*  
BANKING BANK SYARIAH INDONESIA PENDEKATAN E-KUALITAS  
LAYANAN  
SKRIPSI**

Oleh  
**KRISTI FIKI ANDRAYANI**  
**NIM: 18540096**

Telah Dipertahankan di Depan Dewan  
Penguji dan Dinyatakan Diterima sebagai  
Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Rabu, 25 Juni 2021

**Susunan Dewan Penguji:**

1. Ketua Penguji

**Rini Safitri, SE., M.M**

NIP. 19930328 201903 2 016

2. Pembimbing/Sekretaris

**Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM**

NIDT. 19801 109 20160801 2 053

3. Penguji Utama

**Fani Firmansyah, SE., MM**

NIP. 19770123 200912 1 001

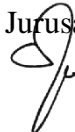
**Tanda Tangan**

: (  )

: (  )

: (  )

Disahkan  
Oleh: Ketua  
Jurusan,



**Eko Suprayitno, S.E., M.Si.,  
Ph.D.NIP 19751109 199903 1  
003**

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kristi Fiki Andrayani  
NIM : 18540096  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**DETERMINAN KEPUASAN NASABAH ELEKTRONIK *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA PENDEKATAN E-KUALITAS LAYANAN**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Selajutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi **tanggung jawab** saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 25 Juni 2021

Hormat saya,



Kristi Fiki Andrayani

NIM:18540096

HALAMAN PERNYATAAN

## **LEMBAR PESEMBAHAN**

Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat yang telah diberikan, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Puji syukur saya panjatkan kepada Allah yang telah menghadirkan orang disekitar saya dengan memberikan semangat dan doa dalam setiap langkah saya untuk menyelesaikan skripsi dengan semangat dan penuh kasih sayang.

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Saya sendiri

Terimakasih yang telah berjuang selama ini tanpa mengenal lelah, meskipun sempat merasakan kejenuhan dan sampai meneteskan air mata akan tetapi setelah itu kamu bangkit kembali dengan rasa percaya diri dan semangat orang yang ada dibelakangmu.

Bapak dan Ibu Tercinta

Apa yang saya dapatkan hari ini, belum tentu mampu membayar semua kebaikan yang telah bapak ibu berikan. Terimakasih atas segala dukungan kalian baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat berada di posisi sekarang.

Nenek Tercinta

Terimakasih telah memberikan semangat dan doa selama ini, berkat dukungan dan wejangan yang nenek berikan akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi.

Adik tersayang

Terimakasih untuk bantuan dan semangat yang adek berikan, meskipun saat dekat kita sering bertengkar, tapi saat jauh kita saling rindu.

Dosen Pembimbing

Ibu Nihayatu Aslamatis Solekah, SE.,MM terimakasih selama ini telah membimbing saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Ibu tidak pernah lelah memberikan masukan, saran, dan semangat, pengorbanan yang ibu berikan akan saya ingat.

Dosen

Terimakasih kepada para dosen-dosen saya yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi. Nasehat dan ilmu yang selama ini bapak ibu dosen dengan rasa tulus dan ikhlas.

Sahabat dan seluruh teman

Tanpa kalian masa kuliah saya tidak mungkin bisa sampai akhir ini. Dukungan yang kalian berikan sangat menjadikan semangat bagi saya. Teruntuk rekan seperjuangan saya yang berada di kampus yaitu D3 Perbankan Syariah 2017 yang sama-sama berjuang dalam menggapai cita-cita. Maaf jika saya banyak salah, dan terima kasih untuk support yang luar biasa.

## **MOTTO**

“Jika kamu merasa lelah berhenti sejenak, kemudian bangkit kembali ingat prinsip awalmu bagaimana. Selalu tanamkan sifat rendah hati, menghargai orang lain, sifat saling tolong menolong, jika menghadapi sebuah masalah jangan lupa dengan tersenyum”

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan Penelitian yang berjudul “Determinan Kepuasan Nasabah Elektronik Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Pendekatan E-Kualitas Layanan” dapat berjalan dengan baik tanpa suatu halangan apapun.

Shalawat dan salam kepada junjungan umat Islam baginda Nabi Muhammad SAW. Beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya, dan pengikut yang taat dalam melaksanakan ajarannya.

Tentunya Proposal Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu proses dalam pembuatan Proposal Penelitian Skripsi baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu perkenankan penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Eko Suproyitno, SE., M.Si Ph.D selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan, masukan, arahan dan semangat bagi penulis. Sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan lancar, semoga kebaikan yang ibu berikan menjadikan amal jariyah.
5. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis.
6. Bapak Agus Saini dan Ibu Riyanti selaku kedua orang tua saya. Niki Komaria selaku adik saya, Mbah Sini selaku nenek saya, dan seluruh

keluarga besar yang selalu memberikan doa beserta semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Minnatul Maula, Mahfidhotul Khasanah, dan Dhea Asri Rahma selaku sahabat saya yang telah membantu selama mengerjakan skripsi dan memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh pegawai Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta sebagai lokasi penelitian yang telah banyak memberikan ilmu beserta bantuan dalam menyelesaikan kuesioner penelitian.
9. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah
10. Teman-teman Angkatan Bidikmisi Tahun 2017 yang telah memberikan bantuan secara material selama 3 tahun.
11. Teman-teman Asrama Mahad Faza kamar 35 terimakasih sudah memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
12. Dan pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas bantuan doa serta dukungan yang berhubungan dengan pembuatan proposal penelitian skripsi.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca khususnya bagi penulis. Amin Yarabal Alamin.

Malang 22 Juni, 2021



Kristi Fiki Andrayani

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN.....</b>	
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1 Hasil- Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kajian Teoritis .....	20

2.2.1 E-Kualitas Layanan .....	20
2.2.2 Kepuasan Nasabah .....	27
2.3 Kerangka Konseptual .....	32
2.4 Hipotesis .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	37
3.1.1 Jenis Penelitian .....	37
3.1.2 Pendekatan Penelitian .....	37
3.2 Lokasi Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel .....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.5 Jenis Data.....	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.6.1 Wawancara.....	41
3.6.2 Dokumentasi .....	41
3.6.3 Kuisisioner.....	41
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.8 Analisis Data.....	46
3.8.1 Uji Validitas .....	47
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	47

3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.8.4 Uji Determinan ( $R^2$ ).....	50
3.8.5 Uji Parsial atau Uji t .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	52
4.1.1 Analisis Deskriptif Lokasi Penelitian .....	52
4.1.1.1 Sejarah BRI Syariah .....	52
4.1.1.2 Visi dan Misi .....	53
4.1.1.4 Produk dan Layanan .....	53
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	54
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.1.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.1.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif .....	63
4.1.3.1 Site Organization ( $X_1$ ) .....	63
4.1.3.2 Responsiveness ( $X_2$ ) .....	65
4.1.3.3 Reliability ( $X_3$ ).....	66
4.1.3.4 User's Friendliness ( $X_4$ ).....	67
4.1.3.5 Personal Needs ( $X_5$ ) .....	69
4.1.3.6 Efficiency ( $X_6$ ) .....	70
4.1.3.7 Kepuasan Nasabah (Y) .....	71
4.1.4 Uji Validitas.....	74

4.1.5 Uji Reliabilitas .....	76
4.1.6 Analisis Data .....	77
4.1.6.1 Uji Asumsi Klasik .....	77
4.1.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	86
4.1.7 Uji Hipotesis .....	88
4.1.7.1 Uji Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ) .....	88
4.1.7.2 Uji t (Uji Parsial) .....	89
4.2 Pembahasan .....	92
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Tabel Pengukuran.....	42
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	60
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Site Organization</i> (X1).....	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Responsiveness</i> (X2).....	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i> (X3).....	66
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>User's Friendliness</i> (X4).....	68
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap <i>Personal Needs</i> (X5).....	69
Tabel 4.9 Tabel Responden Terhadap <i>Efficiency</i> (X6).....	70
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah (Y).....	72
Tabel 4.11 Uji Validitas.....	75
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.13 Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.14 Uji Multikolinieritas.....	79
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi.....	81
Tabel 4.16 Uji Linieritas <i>Site Organization</i> .....	83
Tabel 4.17 Uji Linieritas <i>Responsiveness</i> .....	83
Tabel 4.18 Uji Linieritas <i>Reliability</i> .....	84

Tabel 4.19 Uji Linieritas <i>User's Freindlines</i> .....	84
Tabel 4.20 Uji Linieritas <i>Personal Needs</i> ..	85
Tabel 4.21 Uji Linieritas <i>Efficiency</i> .....	85
Tabel 4.22 Analisis Regresi Linier Berganda .....	86
Tabel 4.23 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ). .....	89
Tabel 4.24 Uji Parsial (uji t).....	90

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Grafik Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	60
Gambar 4.2 Grafik Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Gambar 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	81

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 4 Uji Hipotesis

Lampiran 5 Tabulasi Data

Lampiran 6 Surat Bukti Penelitian

Lampiran 7 Biodata Peneliti

Lampiran 8 Bukti Konsultasi

Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

Lampiran 10 Hasil Cek Plagiasi pada Turnitin

## ABSTRAK

Kristi Fiki Andrayani. 2021. SKRIPSI. Judul: “Determinan Kepuasan Nasabah Elektronik *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Pendekatan E-Kualitas Layanan”

Pembimbing: Nihayatu Aslamatis Solekah, SE.,MM

Kata Kunci: *Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs, Efficiency, Kepuasan*

---

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs*, dan *Efficiency* terhadap kepuasan nasabah elektronik pada Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sejumlah 120 nasabah. Adapun sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Uji Analisa ini menggunakan dengan model regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam variabel E-Kualitas layanan *mobile banking* yang terdiri dari enam variabel yaitu *Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs*, dan *Efficiency*. Terdapat tiga variabel yang berpengaruh yaitu *Site Organization, Responsiveness*, dan *User's Friendliness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel lainnya yaitu *Reliability, Personal Needs*, dan *Efficiency* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dikarenakan dalam uji parsial atau uji  $t$  mengatakan bahwasanya nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ . Selain itu juga terdapat faktor lain seperti hasil wawancara dengan nasabah pengguna layanan *mobile banking* ketika menggunakan layanan secara online dalam melakukan transaksi masih mengalami terdabet dua kali, fitur - fitur yang ada di di server masih mengalami gangguan.

## **ABSTRACT**

Kristi Fiki Andrayani. 2021. THESIS. Title: “Determinants of Customer Satisfaction in Electronic Mobile Banking Bank Syariah Indonesia E-Service Quality Approach”

Advisor : Nihayatu Aslamatis Solekah, SE.,MM

Keywords: Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs, Efficiency, Satisfaction

---

The purpose of this study was to determine the effect of Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs, and Efficiency on electronic customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta. This study uses a purposive sampling method with a sample of 120 customers. The data sources used in the form of primary data and secondary data. This analysis test uses multiple linear regression models.

Results This study shows that in the variable E-Quality of mobile banking services, which consists of six variables, namely Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs, and Efficiency. There are three influential variables, namely Site Organization, Responsiveness, and User's Friendliness that affect customer satisfaction. While other variables, namely Reliability, Personal Needs, and Efficiency have no effect on customer satisfaction. This is because the partial test or t test says that the value of count is smaller than table. In addition, there are other factors such as the results of interviews with customers who use mobile banking services when using online services in conducting transactions, they are still debited twice,

## نبذة مختصرة

كريستي فيكي أندراياني. 2021. أطروحة. العنوان: "محددات رضا العملاء في نهج جودة الخدمة الإلكترونية لبنك الشريعة الإندونيسية التابع لبنك الشريعة الإندونيسية" المشرف : نهاية الأسلامة الصالحة الكلمات الرئيسية: تنظيم الموقع ، الاستجابات ، الموثوقية ، خطوط المستخدم الحرة ، الاحتياجات الشخصية ، الكفاءة ، الرضا

كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير تنظيم الموقع ، والاستجابة ، والموثوقية ، وخطوط فرايند لنيس للمستخدم ، والاحتياجات الشخصية ، والكفاءة على رضا العملاء الإلكتروني في المصرف الشارع إندونيسيا من فرع سوكرنو هاتي مانج. تستخدم هذه الدراسة طريقة أخذ العينات هادفة مع عينة من 120 عميل. مصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والبيانات الثانوية. يستخدم اختبار التحليل هذا العديد من نماذج الانحدار الخطي.

نتائج توضح هذه الدراسة أنه في متغير الجودة الإلكترونية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، والذي يتكون من ستة متغيرات ، وهي تنظيم الموقع ، والاستجابات ، والموثوقية ، وخطوط المستخدم الحرة ، والاحتياجات الشخصية ، والكفاءة. هناك ثلاثة متغيرات مؤثرة ، وهي تنظيم الموقع ، والاستجابات ، وخطوط فرايند لنيس للمستخدم التي تؤثر على رضا العملاء. بينما المتغيرات الأخرى ، مثل الموثوقية والاحتياجات الشخصية والكفاءة ليس لها تأثير على رضا العملاء. هذا لأن الاختبار الجزئي أو اختبار t يقول أن قيمة tcount أصغر من ttable. بالإضافة إلى ذلك ، هناك عوامل أخرى مثل نتائج المقابلات مع العملاء الذين يستخدمون الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول عند استخدام الخدمات عبر الإنترنت في إجراء المعاملات ، ولا يزال يتم الخصم منها مرتين ،

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perbankan syariah saat ini yang berada di Indonesia mengalami peningkatan drastis. Dimana dapat dibuktikan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang berdiri di seluruh wilayah Indonesia yang awalnya hanya berbasis konvensional, setelah beberapa tahun terdapat juga perbankan nonkonvensional [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id). Untuk jumlahnya sendiri pada tahun 2020 sampai bulan Oktober dapat dikatakan 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Perkreditan Rakyat (BPRS) terdapat 163. Jumlah perbankan syariah dari tahun 2019 hingga ke tahun 2020 jumlahnya dapat dikatakan sama dan masih melakukan perkembangan data tersebut dapat dilihat di [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) dalam data laporan statistik.

Prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia dengan mempunyai prinsip keadilan, keseimbangan serta tidak mengandung riba, gharar ataupun larangan yang harus dihindari, dapat dilihat [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com). Seperti salah satunya lembaga keuangan syariah yaitu Bank Syariah Indonesia yang mana bank tersebut juga menggunakan prinsip syariah dan memiliki tujuan dengan menyejahterakan pelanggan atau konsumen. Bank Syariah Indonesia KC Malang merupakan lembaga keuangan syariah terbesar yang berada di Jawa Timur daerah Malang, selain itu juga memiliki nasabah yang terbanyak dikota Malang.

Di era zaman sekarang teknologi semakin mengalami kemajuan, kemajuan tersebut dapat memperluas penggunaan internet pada dunia perbankan. Dengan memberikan inovasi berbentuk layanan secara online, sektor perbankan telah memanfaatkan pertumbuhan secara maksimal dengan membangun saluran distribusi untuk menarik nasabah yang paham dengan teknologi. Selain itu meningkatkan prospek bisnis, dan menjaga loyalitas konsumen hal tersebut salah satu cara yang dilakukan pada perbankan dalam menghadapi teknologi yang semakin maju (Rachadika & Nasution, 2020). Pada dasarnya lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia banyak sekali macamnya salah satu yang akan diteliti di lembaga Bank Umum Syariah yaitu BRI Syariah yang menjadi Bank Syariah Indonesia atau dapat dikatakan Bank Syariah Indonesia. Persaingan yang dimiliki oleh setiap perbankan syariah berbeda-beda, dimana memiliki strategi yang menarik agar konsumen minat dengan produk yang dimiliki dalam perbankan syariah.

Salah satunya strategi yang trend saat ini seperti *digital marketing*, *mobile banking* ataupun lainnya dengan berbasis teknologi. Teknologi saat ini semakin berkembang, dengan adanya transaksi yang dilakukan dengan teknologi yang sudah canggih dan manfaatnya lebih cepat dalam melakukan transaksi apapun dari pada tahun sebelumnya. Perkembangan teknologi dari tahun ketahun berkembang dengan pesat mulai dari *internet banking*, *mobile banking*, *e- money* dan lain-lain. Internet merupakan salah satu kebutuhan yang diperlukan masyarakat pada saat ini, internet memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, memberikan hiburan dan komunikasi bagi individu (Herington &

Weaven, 2009). Dalam penggunaan teknologi internet adalah cara yang efektif dan efisien didalam kehidupan maya saat ini, manfaatnya ketika melakukan bisnis dapat menjalin hubungan baik antara nasabah dan bank dalam menciptakan kepuasan nasabah.

Semakin berkembangnya teknologi permintaan dan keinginan nasabah dalam melakukan layanan semakin meningkat, selain itu dapat digunakan kapan saja dimana dapat menghemat biaya. Model kualitas layanan elektronik digunakan dalam berbagai penelitian memiliki empat dimensi kemudian dimodifikasi. Model kualitas layanan elektronik digunakan dalam berbagai penelitian memiliki empat dimensi kemudian dimodifikasi menjadi enam dimensi dalam layanan elektronik. Dalam layanan elektronik memiliki enam dimensi antara lain seperti *Site Organization* (SO), *Responsiveness* (RESP), *Reliability* (REL), *User's Friendliness* (USFR), *Personal Needs* (PENE), *Efficiency* (EFFE) (Raza et al., 2020).

Layanan secara online saat ini sangat berguna dalam kehidupan sehari-hari yang dimana dapat memanfaatkan waktu sebaik mungkin, serta pengalaman dari nasabah yang memiliki *mobile banking* mereka merasakan kepuasan dan manfaat bagi nasabah dalam menggunakan layanan secara teknologi (Fany & Tricahyono, 2014). Layanan secara online sangat bermanfaat bagi kehidupan zaman sekarang layanan yang biasanya menggunakan secara tradisional sekarang menjadi layanan yang berbasis dengan teknologi.

Kemajuan teknologi dari tahun ke tahun mengalami berkembang maka dari hal tersebut sektor perbankan yang ada didunia baik konvensional maupun nonkonvensional memberikan inovasi yang baru dalam menghadapi revolusi besar untuk mencapai nasabah. Salah satu adanya teknologi perbankan memanfaatkan pertumbuhan dengan semaksimal mungkin, serta membangun sarana layanan secara online untuk menarik nasabah, meningkatkan prospek bisnis, dan menjaga kepuasan konsumen. Seperti salah satu lembaga keuangan syariah berada di Jawa Timur yaitu Bank Syariah Indonesia Malang yang sudah berada disetiap Kota, perbankan syariah tersebut memiliki Kantor Cabang (KC) dan Kantor Cabang Pembantu (KCP). Lembaga keuangan syariah tersebut menjadi perhatian publik atas diraihnya suatu penghargaan. Hal tersebut dapat diambil di *website* BRI Syariah yaitu [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id), bahwa BRI Syariah meraih penghargaan 2<sup>nd</sup> *Satisfaction Loyalty Engagement* 2019 penghargaan tersebut menduduki peringkat pertama *Loyalty Index* 2019 kategori Bank Umum Syariah dapat dilihat <https://infobanknews.com>

Selain itu Bank Syariah Indonesia meraih penghargaan sebagai *Digital Brand Of The Year* 2019, prestasi yang diraih oleh Bank Syariah Indonesia membuktikan bahwasanya layanan yang diberikan oleh nasabah menghasilkan kepuasan. Kualitas layanan elektronik dianggap sebagai fasilitas yang memungkinkan mendiskriminasi layanan mereka dan menciptakan keunggulan kompetitif (Rowley, 2016).

Munculnya teknologi informasi seperti internet telah mengubah proses konsumsi perbankan ritel sebagai interaksi manusia dalam menyediakan layanan

menjadi semakin berkembang (Bitner & Meuter, 2000). Dalam dunia perbankan menggunakan layanan secara teknologi yang diberikan kepada nasabah, bank merasakan peningkatan kualitas yang diperlukan serta dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Melalui teknologi dalam layanan perbankan pelanggan dapat memiliki akses ke berbagai aktivitas perbankan dari mana saja dan kapan saja dengan biaya yang lebih rendah (Steege, 2013).

Kepuasan nasabah merupakan perasaan positif yang dirasakan oleh nasabah ketika mereka mengalami kepuasan dalam menggunakan suatu layanan yang berbasis secara teknologi (Raza et al., 2020). Dalam BRI Syariah menamakan *mobile banking* dengan “*bris online*” [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id) kemudian setelah terjadinya merger menjadi “*bsi mobile*”. Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah kedepannya akan membuat nasabah semakin loyal terhadap bank. Dapat dibuktikan dengan jumlah kantor yang berada di seluruh Indonesia, yang dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

Bank Syariah Indonesia tersebut menjadi salah satu bank syariah milik anak usaha bank BUMN yang sudah “*go public*”. Selain itu juga memiliki asset tercatat pada bulan Juni 2020 sebesar Rp49,6 triliun mengalami peningkatan sebesar 13,1% pada tahun 2019 yang dicatat sebesar Rp43,1 triliun. Kemudian tahun ini Bank Syariah Indonesia memiliki asset sebesar Rp240 triliun dengan menggabungkan asset dari ketiga merger bank yaitu BRI Syariah, Mandiri Syariah, dan BNI Syariah.

Dapat dibuktikan bahwa Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu cabang terbesar ke tujuh, yang dapat dikatakan setiap daerah hampir semuanya terdapat Bank Syariah Indonesia. Sehingga Bank Syariah Indonesia dapat diketahui banyak masyarakat sekitar selain itu dapat menjadi primadona dalam melakukan transaksi terlebih mereka mendapatkan penghargaan dalam loyalitas nasabah. Dapat diketahui bahwa BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah pada tahun ini terjadi merger yang dalam tiga bank tersebut dijadikan satu bernama Bank Syariah Indonesia yang kedepannya bank tersebut, melakukan tindakan pelayanan secara bertahap. Dalam penelitian kedepannya tetap menggunakan dari tempat asal nama tersebut dengan nama yang baru di merger menjadi Bank Syariah Indonesia di Malang.

Dalam mencapai kepuasan nasabah aspek utama yang dilakukan perusahaan seperti lembaga keuangan syariah yang harus dijaga serta meningkatkan layanan semaksimal mungkin agar nasabah tidak berpaling dengan lembaga keuangan syariah yang lain. Manfaatnya apabila lembaga keuangan syariah memaksimalkan layanan yang sesuai dengan nasabah, mereka akan merasa puas. Apabila semua yang diperlukan oleh nasabah terasa terpenuhi maka dengan cepat nasabah akan melakukan layanan secara terus-menerus pada lembaga keuangan syariah.

Seperti pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yusnaini, (2010) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan *internet banking* yang terdiri dari *tangible*, *responsiveness*, dan *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap

kepuasan nasabah. Sedangkan *reliability* dan *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Fany & Tricahyono, (2014) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun efisien secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Muslim, (2016) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *internet banking* yang terdiri dari *personal needs*, *site organization*, *friendliness*, dan *efficiency* memiliki hubungan yang signifikan positif dengan kualitas layanan *internet banking*. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan *internet banking*, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Trisya & Teofilus, (2016) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat variabel yaitu *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, dan *privacy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada layanan secara internet.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Trisnawati & Fahmi, (2017) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel yaitu *reliability*, *efficiency*, *privacy*, dan *fulfilment e-SERVQUAL* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan dari variabel tersebut *reliability*

memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan nasabah bagi pengguna layanan secara online.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Hammoud et al., (2018) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *reliability*, *efficiency*, *responsiveness*, *communication*, *security*, dan *privacy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sethio & Siagian, (2018) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness*, *situs web*, dan *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dan penelitian lain yang dilakukan oleh Raza et al., (2020) dengan hasil penelitian mengatakan bahwa *site organization*, *responsiveness*, *reliability*, *user's friendliness*, dan *efficiency* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan bagi pelanggan yang setia. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan memegang peranan yang sangat penting setiap masyarakat, karena hal tersebut menjadi dasar bagaimana nasabah menginterpretasikan perbankan online dan pada akhirnya bagaimana berinteraksi dalam layanan secara online.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu memiliki perbedaan dalam ketidak konsistenan antara teori atau variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu pemaparan diatas menjadikan latar belakang untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai **“Determinan Kepuasan Nasabah Elektronik *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Pendekatan E-Kualitas Layanan”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *site organization* terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah terdapat pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah?
4. Apakah terdapat pengaruh *user's friendliness* terhadap kepuasan nasabah?
5. Apakah terdapat pengaruh *personal needs* terhadap kepuasan nasabah?
6. Apakah terdapat pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan nasabah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *site organization* terhadap kepuasan nasabah.
2. Mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.
3. Mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah.
4. Mengetahui pengaruh *user's friendliness* terhadap kepuasan nasabah.
5. Mengetahui pengaruh *personal needs* terhadap kepuasan nasabah.
6. Mengetahui pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan nasabah.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, dalam penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Bagi teoritis manfaat penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dapat menambah wawasan bagi penulis serta pembaca mengenai ilmu-ilmu pengetahuan perbankan syariah.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademik, sebagai tambahan referensi penelitian dimasa yang akan datang.
- b. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menilai layanan secara online yang disebut dengan mobile banking. Dimana layanan tersebut dapat memberikan manfaat bagi kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Selain itu kedepannya dapat dijadikan sebagai bahan penelitian yang akan datang di Bank Syariah Indonesia.
- c. Bagi peneliti, sebagai sarana dalam mempraktekan ilmu yang didapat selama perkuliahan.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Hasil- Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut adalah penjelasan mengenai hasil dari penelitian terdahulu sebagai penguat penelitian ini, meliputi:

Penelitian yang dilakukan oleh Raza et al. (2020), dengan judul “*Internet Banking Service Quality E-Customer Satisfaction and Loyalty*”. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *site organization, responsiveness, reliability, user’s friendliness, personal needs, dan efficiency* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan memegang peran yang sangat penting bagi setiap masyarakat, dikarenakan hal tersebut menjadi dasar bagaimana nasabah menginterpretasikan perbankan secara online dan pada akhirnya mengetahui bagaimana cara berinteraksi dan beroperasi dengan layanan secara online.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Anindhita (2019), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna *E-Banking*”. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kehandalan, kelengkapan teknologi, dan respon baik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dikatakan sebagai berikut, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya kualitas layanan maka akan berdampak pada kepuasan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Hammoud et al. (2018), dengan judul “*The Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *reliability*, *efficiency*, *responsiveness*, *communication*, *security*, dan *privacy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sethio & Siagian (2018), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui *Perceived Value* dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia”. Hasil penelitian *responsiveness*, *situs web*, dan *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tokopedia.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Famiyeh et al., (2017), dengan judul “*Service Quality, Customer Satisfaction, And Loyalty In The Banking Sector*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *emphaty*, *reliability*, *tangibles*, dan *organizational culture* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mendukung layanan perbankan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati & Fahmi (2017), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Servqual*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *reability*, *efficiency*, *privacy*, dan *fulfillment* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking*.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Arcand et al., (2017), dengan judul “*Mobile Banking Service Quality And Customer Relationships*”. hasil penelitian menunjukkan bahwa *commitment*, dan *practicity* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun *Personal Needs* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Teknik yang dilakukan dalam analisis tersebut dengan cara teknik pemodelan struktural.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Muslim (2016), dengan judul “*Internet Banking Service Quality and Its Implication On E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty*” hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan *internet banking* terdiri dari *personal needs*, *site organization*, *friendliness*, dan *efficiency* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan *internet banking*, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Fany & Tricahyono (2014), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Servqual*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking*”. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun efisien secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Yusnaini (2010), dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta”. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas *internet banking* bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Dimension of tangible, responsiveness and empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, akan tetapi tidak berlaku bagi *dimension of reliability and assurance* terhadap kepuasan nasabah.

Selain penjelasan diatas hasil dari penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut ini:

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

No	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1.	Syed Ali Raza, Amna Umer, Muhammad Asif Qureshi, dan Abdul Sahmad Dahri 2020. <i>Internet Banking Servis Quality e-Customer Satisfaction and Loyalty the</i>	Tujuan penelitian studi ini mengeksplorasi dimensi kualitas layanan di <i>Internet banking</i> dan pengaruhnya terhadap <i>e-customer</i> kepuasan dan	Menguji hipotesis dengan model structural (SEM)	Bahwasanya Hasil penelitian yang menunjukkan <i>site organization, responsiveness, reliability, user's friendliness, personal needs, dan efficiency</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa

	<i>Modified e-SERVQUAL model</i>	<i>e-customer kesetiaan.</i>		kualitas layanan memegang peran yang sangat penting bagi setiap masyarakat, dikarenakan hal tersebut menjadi dasar bagaimana nasabah menginterpretasikan perbankan secara online dan pada akhirnya mengetahui bagaimana cara berinteraksi dan beroperasi dengan layanan secara online.
2.	Anindita Imam Basri, 2019. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna <i>E-Banking.</i>	Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan <i>e-banking</i> terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kepuasan dalam penggunaan pelayanan	Menguji Hipotesis dengan model struktural (SEM).	Bahwasanya hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan kehandalan, kelengkapan teknologi, dan respon baik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat dikatakan sebagai berikut, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya kualitas layanan maka

		<p><i>e-banking</i> terhadap loyalitas nasabah dan pengaruh dimensi kualitas pelayanan</p> <p><i>e-banking</i> terhadap loyalitas nasabah.</p>		akan berdampak pada kepuasan.
3.	Jamil Hammoud, Rima Bizri, dan Ibrahim el Baba 2018. <i>The Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction Eviden from the lebanese banking sector.</i>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara dimensi kualitas layanan <i>E-Banking</i> dan kepuasan pelanggan untuk menentukan dimensi mana yang berpotensi memiliki pengaruh paling kuat terhadap kepuasan pelanggan.</p>	Model struktural dengan SPSS dan Amos 20.	Bahwasanya hasil penelitian menunjukkan <i>reliability, efficiency, responsiveness, communication, security,</i> dan <i>privacy</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.	Elwin Dwijaya Sethio dan Hotlan Siagian, 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui <i>Perceived Value</i> dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia.	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan elektronik dan <i>perceived value</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dalam Tokopedia.	Metode kuantitatif dengan menggunakan <i>Smartpls</i>	Bahwasanya hasil penelitian penelitian <i>responsiveness, situs web,</i> dan <i>reliability</i> berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Tokopedia.
5.	Samuel Famiyeh, Disrael Asante Darko, dan Amoako Kwarteng, 2018. <i>Servis Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty in the banking sector.</i>	Tujuan utama pada penelitian untuk memahami dimensi kualitas yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta loyalitas mereka pada sektor perbankan di Ghana.	Menggunakan pengukuran dengan model struktural.	Bahwasanya hasil penelitian menunjukkan dimensi <i>emphaty, reliability, tangibles,</i> dan <i>organizational culture</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah yang mendukung layanan perbankan
6.	Olivia Mimin Trisnawati, dan Fahmi Syaifuddin,	Tujuan penelitian ini adalah untuk	Menggunakan analisis regresi	Bahwasanya hasil menunjukkan variabel <i>reability, efficiency,</i>

	2017. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik ( <i>E-SERVQUAL</i> ) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i>	menganalisis pengaruh kualitas layanan mobile banking yang terdiri dari dimensi skala inti <i>E-SERVQUAL</i> ( <i>reliability, efficiency, privacy, dan fulfillment</i> ) terhadap kepuasan nasabah.	linier berganda.	<i>privacy</i> , dan <i>fulfillment</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna <i>mobile banking</i> .
7.	Manon Arcand, Sandrine Promtep, Isabelle Brun, dan Love Rajaobelina 2017. <i>Mobile Banking Servis Quality and Custumor Relationship</i>	Tujuan penelitian untuk mengetahui konsep multidimensi kualitas layanan <i>mobile banking</i> (keamanan, desain, kenikmatan, sosialitas) terhadap kualitas hubungan (komitmen,	Teknik pemodelan struktural 5	Bahwasanya hasil penelitian menunjukkan <i>commitment, privacy</i> , dan <i>practicity</i> secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun personal needs secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Teknik yang dilakukan dalam analisis tersebut dengan cara

		kepercayaan, dan kepuasan)		teknik pemodelan struktural.
8.	Amin Muslim, 2016. <i>Internet Banking Servis Quality and its Implication on E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty</i>	Tujuan penelitian ini untuk menguji kualitas layanan <i>internet banking</i> dan implikasinya terhadap kepuasan <i>e-customer</i> dan loyalitas <i>e-customer</i>	Menggunakan pengujian AMOS versi 19	Bahwasanya hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan <i>internet banking</i> terdiri dari <i>personal needs, site organization,</i> <i>friendliness,</i> dan <i>efficiency</i> berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas layanan <i>internet banking</i> , kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.
9.	May Fanny Eka Putri dan Trichayono, 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik ( <i>E-SERQUAL</i> ) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i>	Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan elektronik <i>mobile banking</i> pada tahun 2014. Selain itu juga	Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi	Bahwasanya. hasil penelitian menunjukkan reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun efisien secara signifikan

		mengetahui tingkat kepuasan nasabah.	linier berganda.	tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
10.	Yusnaini, 2010. Pengaruh Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta	Tujuan penelitian ini digunakan untuk mengkaji mutu <i>internet banking</i> terhadap kepuasan nasabah.	Analisis yang digunakan dalam menguji hipotesis pertama berupa regresi linier berganda sedangkan hipotesis yang kedua dengan menggunakan regresi linier sederhana. Dengan menguji validitas, reliabilitas, dan normalitas.	Bahwasanya Kualitas layanan internet banking mempengaruhi kepuasan pelanggan. <i>Dimension of tangible and empathy</i> mempunyai dampak signifikan akan tetapi tidak berlaku bagi <i>dimension of reliability and assurance</i> .

Sumber: Diolah Peneliti (2021)

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 E-Kualitas Layanan

Kualitas layanan elektronik adalah tingkat efektivitas dan efisien yang dapat dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan layanan elektronik baik untuk melakukan pembelian sampai pada tahap penerimaan barang (Zeithaml et al., 2002). Kualitas layanan elektronik didefinisikan sebagai

persepsi konsumen tentang menyelesaikan masalah yang terjadi dan hasilnya akan menjadi dasar untuk penilaian terhadap layanan yang sudah diberikan (Bauer & Hammerschmidt, 2006). Layanan melalui teknologi seperti *mobile banking* merupakan salah satu layanan yang diberikan kepada konsumen untuk mempersingkat waktu. Pelayanan yang diberikan dapat memberikan pelanggan merasakan kepuasan, dari kepuasan yang dimiliki oleh nasabah akan memberikan efek timbal balik perusahaan.

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat merupakan perbuatan baik dan salah satu menuju kebaikan bagi setiap orang yang melakukan perbuatan tersebut. Seperti halnya yang dijelaskan dalam Al-Quran dan hadits dimana mendorong umat manusia untuk melakukan kebaikan terhadap sesama. Berikut firman Allah mengenai kualitas layanan dalam Surah Al-Baqarah ayat 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ضَرْطًا  
وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ  
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ {267}

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau

mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji”

Adapun ayat diatas menjelaskan bahwasanya umat Islam memperhatikan sebuah layanan yang berkualitas, dan juga memberikan yang terbaik bukan sebaliknya. Selain itu terdapat salah satu hadits Rasulullah SAW yang memerintahkan kepada umat manusia untuk berusaha menjadi manusia yang bermanfaat bagi orang lain, beliau pernah mengatakan “bermanfaat bagi sesama” merupakan baik tidaknya iman seseorang. Disampaikan dalam hadits Al-Bukhari No.1934 yang berbunyi:

حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَيَّاشٍ حَدَّثَنَا أَبُو غَسَّانَ مُحَمَّدُ بْنُ مُطَرِّفٍ قَالَ حَدَّثَنِي مُحَمَّدٌ

بْنُ الْمُكَدِّرِ عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى

اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَجُلًا رَجُلًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami 'Ali bin 'Ayyasy telah menceritakan kepada kami Abu Ghossan Muhammad bin Muthorrif berkata, telah menceritakan kepada saya Muhammad bin Al Munkadir dari Jabir bin 'Abdullah radliallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Allah merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli dan juga orang yang meminta haknya".

Pada hadits diatas menjelaskan kepada umat manusia tentang jual beli dalam layanan melalui online atau media sosial tanpa membuat mereka merasakan kerugian, selain itu dalam melakukan aktivitas transaksi ekonomi Nabi Muhammad SAW telah berpesan setiap orang harus memiliki sikap ramah dan baik saat melakukan kegiatan apapun, salah satunya ketika memberikan pelayanan kepada orang lain.

Kualitas layanan elektronik dapat diartikan evaluasi dan penilaian keseluruhan tentang kualitas layanan yang diberikan melalui internet (Bauer & Hammerschmidt, 2006). Layanan perbankan secara elektronik adalah menyediakan berbagai jaringan elektronik untuk melakukan transaksi seperti internet, televisi, dan telepon (Lutsik, 2004).

Bahwasanya kualitas layanan merupakan sejauh mana situs web menyederhanakan transaksi yang efektif dan penyediaan barang dan jasa (Parasuraman et al., 1985). Kualitas layanan elektronik merupakan layanan yang diberikan kepada nasabah melalui media online yang akhirnya untuk memenuhi kebutuhan dengan tercapainya kepuasan (Raza et al., 2020). Dalam kualitas layanan elektronik memiliki enam variabel antara lain sebagai berikut (Raza et al., 2020).

1. *site organization (SO)*

Merupakan situs yang mencangkup tentang desain web, yang berisi layanan secara tepat dan terperinci sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Pada bagian ini desain web mengenai dengan

estetika, warna, bagian, serta gambar yang dimana dapat meningkatkan kualitas layanan berbasis online.

2. *Responsiveness* (RESP)

Merupakan kewajiban yang dilakukan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan tanggap kepada nasabah. Dengan memberikan daya tanggap secara tepat dan cepat dapat mempertahankan minat pengguna layanan secara online.

3. *Reliability* (REL)

Merupakan kemampuan memenuhi kebutuhan nasabah berupa layanan secara cepat, akurat, dan tepat sehingga dapat memuaskan nasabah. Pada variabel *reliability* karyawan memiliki sifat konsisten dalam menjalankan tugas-tugas perbankan serta memberikan aspek perlindungan dan kerahasiaan secara aman dengan hasil dapat memberikan kepuasan kepada nasabah dalam melakukan layanan secara online.

4. *User's Friendliness* (USFR)

Layanan yang diberikan bagi pengguna yang mengalami gangguan pada saat melakukan transaksi, maka dari itu perlu dipastikan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut. Keramahan sangat penting diperlukan pada saat melayanani nasabah apalagi ketika nasabah mengalami permasalahan.

#### 5. *Personal Needs* (PENE)

Memperhatikan kebutuhan bagi para pengguna layanan seperti kesetiaan, kebutuhan keamanan atau dapat dikatakan sebagai privasi pengguna layanan. Memiliki data yang memadai merupakan salah satu kebutuhan yang diinginkan nasabah seperti membentuk fitur-fitur baru untuk meningkatkan pemenuhan dan kepuasan pengguna layanan secara online.

#### 6. *Efficiency* (EFFE)

Merupakan menjawab kebutuhan nasabah secara efisien melalui web dengan cepat dan tanggap. Kebutuhan dan jawaban pengguna perlu ditangani secara efisien melalui sistem situs web dalam menanggapi tidak hanya melibatkan alamat email saja akan tetapi juga mendemonstrasikan situs web.

Pelayanan yang sempurna dalam layanan secara elektronik atau teknologi merupakan peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah (Zeithaml, 2001). Metode *SERVQUAL* mengembangkan ukuran dalam menilai kualitas layanan elektronik terdapat tujuh variabel antara lain sebagai berikut:

##### 1. *Efficiency*

merupakan pelanggan yang mampu mencari informasi berkaitan dengan produk dan kemudahan dalam mengakses *website*.

##### 2. *Fulfillment*

Memenuhi produk dan memberikan layanan secara tepat dan cepat.

### 3. *Reliability*

Layanan yang diberikan pada nasabah secara akurat dan tepat.

### 4. *Privacy*

Jaminan yang dijanjikan oleh nasabah dalam melakukan transaksi apapun secara aman dan tidak dapat diakses selain pengguna.

### 5. *Responsiveness*

Kemampuan memberikan informasi secara cepat apabila terjadi sebuah masalah.

### 6. *Compensation*

Memberikan ganti rugi ketika terjadi kesalahan yang dialami oleh nasabah.

### 7. *Contact*

Mampu memberikan akses mudah dalam berkomunikasi antara nasabah dan staf secara online atau melalui telepon pada saat nasabah membutuhkan informasi mengenai produk dan layanan.

Pelayanan yang sempurna dalam layanan secara elektronik atau teknologi merupakan peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah (Zeithaml, 2001). Metode *SERVQUAL* mengembangkan ukuran dalam menilai kualitas layanan elektronik terdapat tujuh dimensi antara lain sebagai berikut:

### **2.2.2 Kepuasan Nasabah**

Kepuasan atau pemenuhan pelanggan adalah penilaian bagaimana layanan yang disediakan oleh bank-bank internet yang telah memenuhi sesuai dengan harapan nasabah (Lee & Lin, 2005). Kepuasan merupakan bagian keseluruhan dari kualitas layanan yang dirasakan mengalami dampak baik mulai dari kinerja fasilitas ataupun kesetiaan dalam pengguna (Parasuraman et al., 1985).

Dengan kata lain dapat dikatakan kepuasan adalah perasaan senang yang muncul pada diri sendiri akibat perbandingan suatu produk, melalui kinerja aktual yang diharapkan. Kepuasan dalam layanan elektronik adalah pengguna transaksi yang sebelumnya belum merasakan kepuasan yang lebih dari pada layanan sebelumnya (Anderson & Srinivasan, 2003).

Konsumen yang merasakan kepuasan nasabah akan sering membeli produk dan cenderung akan menceritakan mengenai kepuasannya setelah mengalami kepuasan dalam menggunakan layanan tersebut (Armstrong, 2012). Namun sebaliknya jika konsumen tidak puas maka nasabah akan mengeluh dan juga dapat memberikan informasi kepada orang lain karena tidak mendapatkan kepuasan pada saat memakai layanan tersebut.

Dapat dikatakan kepuasan merupakan perasaan yang dimiliki oleh seseorang pada saat mereka merasakan sesuai harapan yang diinginkan dengan hasil sangat memuaskan. Dalam menentukan nasabah puas atau tidak dapat diketahui melalui salah satunya dengan cara kualitas layanan

yang ada didalam layanan secara elektronik tersebut. Cara untuk mengetahui harapan nasabah langkah yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan layanan yang berkualitas tinggi hingga nasabah merasakan kepuasan (Parasuraman et al., 1985). Maka dari itu nasabah yang melakukan layanan secara elektronik atau teknologi mempertimbangkan kualitas layanan, hasilnya akan mendapatkan kepuasan dan loyalitas.

Bahwasanya kepuasan nasabah bagian keseluruhan dari bagian integral kualitas layanan yang dirasakan, hal itu memberikan dampak secara kumulatif yang terjadi pada kinerja yang dilakukan oleh staf (Taylor, 1994). Selain itu dapat dikatakan kepuasan merupakan perasaan senang atau bahagia muncul ketika diri sendiri mengalami kepuasan akibat perbandingan produk yang diharapkan. Kepuasan nasabah dalam prespektif Islam dapat dilihat firman Allah pada surat Al-Imran ayat 159 sebagai berikut:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَأْمُرْنَا لَعَلْنَا لَكُنَّا أَكْثَرًا مُّعْتَدِينَ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

{159}

Artinya:

“Maka disebabkan oleh rahmad Allah kamu berlemah lembut pada mereka. Sekiranya kamu bersikap kasar serta berhati keras, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Oleh sebab itu, maafkanlah mereka

mohonkan ampun bagi mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan apapun. Kemudian bila kamu sudah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa kepadanya.

Maksud dari ayat tersebut Allah mengajarkan kepada umat muslim senantiasa memiliki sikap lemah lembut terhadap orang lain, bukan berarti tidak boleh kasar (tegas) dalam bertindak. Akan tetapi pada konteks pelayanan terhadap nasabah harus memiliki sikap lemah lembut yang mana sangat penting dalam memberikan kepercayaan nasabah agar merasakan kepuasan. Dapat dikatakan kepuasan merupakan kinerja yang diharapkan sesuai dengan yang diinginkan. Jika kinerja yang dilakukan baik maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya jika kinerja yang dilakukan kurang maka pelanggan akan merasakan kekecewaan. Selain itu terdapat hadits yang memerintahkan manusia untuk membantu sesama pada saat merasa kesulitan, disampaikan dalam hadits riwayat Muslim No 1699 yang berbunyi:

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ يَحْيَى وَرُهَيْبُ بْنُ حَرْبٍ وَإِسْحَاقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ جَمِيعًا عَنْ جَرِيرِ

قَالَ يَحْيَى أَخْبَرَنَا جَرِيرٌ عَنْ مَنْصُورٍ عَنْ شَقِيقٍ عَنْ مَسْرُوقٍ عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا أَنْفَقَتِ الْمَرْأَةُ مِنْ طَعَامِ بَيْتِهَا غَيْرَ مُفْسِدَةٍ

كَانَ لَهَا أَجْرُهَا بِمَا أَنْفَقَتْ وَلِزَوْجِهَا أَجْرُهُ بِمَا كَسَبَ وَالْخَازِنِ مِثْلُ ذَلِكَ لَا يَنْقُصُ

بَعْضُهُمْ أَجَرَ بَعْضٍ شَيْئًا وَ حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي عُمَرَ حَدَّثَنَا فَضَيْلُ بْنُ عِيَاضٍ

عَنْ مَنْصُورٍ بِهَذَا الْإِسْنَادِ وَقَالَ مِنْ طَعَامِ زَوْجِهَا

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Bakar bin Abi Syaibah dan Abu Amir Al Asy’ari dan Ibnu Numair dan Abu Kuraib semuanya dari Abu Buraid dari kakeknya Abu Burdah dari Abu Musa dari Nabi Muhammad SAW beliau bersabda “seseorang bendahara yang melaksanakan tugasnya dengan jujur dan membayar sedekah kepada orang yang diperintahkan oleh majikannya secara sempurna, dengan segera dan dengan memberikan pelayan yang baik, maka kelak akan mendapatkan pahala yang sama seperti orang bersedekah (HR. Muslim No. 1699).

Adapun ayat diatas menjelaskan bahwasanya dalam memberikan layanan kepada nasabah, harus dengan jujur dan sebaik mungkin. Dimana jika memberikan layanan dengan baik, maka dapat mendatangkan kepuasan nasabah. Selain itu, dengan kepuasan yang diterima oleh nasabah, maka nasabah akan memberikan penilaian positif dari apa yang sudah kita berikan.

Kepuasan elektronik merupakan kepuasan nasabah berhubungan dengan pengalaman pembelian sebelumnya dengan perusahaan tertentu (Anderson & Srinivasan, 2003). Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah lebih erat bagi mereka yang tidak terlalu kompleks dalam layanan

(Black, 2014). Perkembangan teknologi saat ini semakin canggih, nasabah dapat melatih keterampilannya dalam menggunakan teknologi serta dengan mudah menggunakan layanan *internet banking* dan memiliki kepuasan yang lebih tinggi dari pada yang lainnya.

Banyak sekali manfaat yang didapatkan oleh perusahaan apabila konsumen mencapai tingkat kepuasan yang tinggi. Selain itu juga dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi biaya kegagalan dalam melakukan pemasaran, serta mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh peningkatan jumlah konsumen, dapat meningkatkan iklan agar nasabah semakin tertarik dengan pelayanan yang diberikan dengan menggunakan teknologi saat ini (Tjiptono, 2016:101). Berikut merupakan ciri-ciri konsumen atau nasabah yang merasakan kepuasan, antara lain sebagai berikut (Tjiptono, 2016:101):

1. Loyal terhadap produk atau jasa

Nasabah yang loyal terhadap perusahaan jika merasakan kepuasan akan cenderung melakukan transaksi dengan berulang-ulang.

2. Melakukan komunikasi dari mulut ke mulut

Maksud dari komunikasi dari mulut kemulut dapat dikatakan pembicaraan atau komunikasi yang dilakukan kepada seseorang untuk menyampaikan informasi kepada orang lain terhadap produk atau jasa. Komunikasi yang disampaikan pada orang lain bukan semata-mata sekilas saja, melainkan karena nasabah merasakan kepuasan yang memberikan efek secara positif.

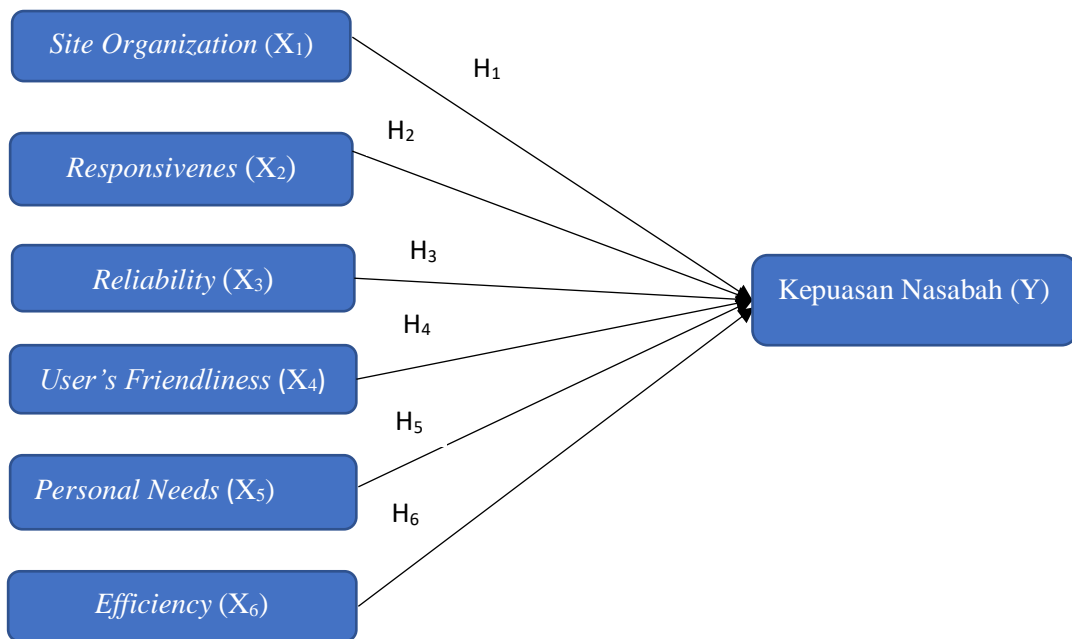
3. Perusahaan atau bank mempertimbangkan dalam membeli sebuah produk atau jasa. Ketika perusahaan mengalami keberhasilan dalam menciptakan produk atau jasa yang sesuai dengan konsumen, dapat mempengaruhi faktor utama konsumen dalam menggunakan produk atau jasa secara berulang-ulang.

### **2.3 Kerangka Konseptual**

Penelitian ini menggunakan referensi dari beberapa penelitian yang menyatakan bahwa kualitas layanan (*Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs, Efficiency*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Raza et al., 2020). Kemudian penelitian yang menyatakan kualitas layanan *personal needs, site organization, friendliness*, dan *efficiency* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Muslim, 2016). Pada kedua penelitian tersebut maka dilakukan penelitian yang terdiri dari variabel independen (*Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs, Efficiency*) dan variabel dependen (kepuasan nasabah).

Pada bagian dibawah ini merupakan model konseptual dari berbagai faktor yang telah diidentifikasi kemudian disederhanakan dalam sebuah kerangka konseptual sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



Sumber: Diolah peneliti (2020)

Keterangan:

- *Site Organization* (X1) berpengaruh terhadap Y (kepuasan nasabah)
- *Responsiveness* (X2) berpengaruh terhadap Y (kepuasan nasabah)
- *Reliability* (X3) berpengaruh terhadap Y (kepuasan nasabah)
- *User's Friendliness* (X4) berpengaruh terhadap Y (kepuasan nasabah)
- *Personal Needs* (X5) berpengaruh terhadap Y (kepuasan nasabah)
- *Efficiency* (X6) berpengaruh terhadap Y (kepuasan nasabah)

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban sementara atas pertanyaan dari adanya permasalahan pada penelitian yang akan dibuktikan dengan mengelola data secara empiris (Sugiono, 2016:118). Berikut merupakan penjelasan mengenai hipotesis yang diambil dalam penelitian, berdasarkan penelitian terdahulu antara lain sebagai berikut:

Pengaruh *site organization* terhadap kepuasan nasabah didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh:

1. (Raza et al., 2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *site organization* terhadap kepuasan nasabah.
2. (Muslim, 2016) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *site organization* terhadap kepuasan nasabah.

### **H<sub>1</sub>: *Site organization* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

Pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh:

1. (Hammoud et al., 2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.
2. (Famiyeh et al., 2017) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.

### **H<sub>2</sub>: *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

Pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh:

1. (Anindhita, 2019) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah.
2. (Sethio & Siagian, 2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah.

**H<sub>3</sub>: *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

Pengaruh *user's friendliness* terhadap kepuasan nasabah didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh:

1. (Muslim, 2016) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *user's friendliness* terhadap kepuasan nasabah.
2. (Yusnaini, 2010) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *user's friendliness* terhadap kepuasan nasabah.

**H<sub>4</sub>: *User's friendliness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

Pengaruh *personal needs* terhadap kepuasan nasabah didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh:

1. (Trisnawati & Fahmi, 2017) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *personal needs* terhadap kepuasan nasabah.
2. (Arcand et al., 2017) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *personal needs* terhadap kepuasan nasabah.

**H<sub>5</sub>: *Personal needs* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

Pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan nasabah didasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh:

1. (Hammoud et al., 2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan nasabah.
2. (Fany & Tricahyono, 2014) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan nasabah.

**H<sub>6</sub>: *Efficiency* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses dalam menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai apa saja yang akan diteliti (Kasiram, 2008).

##### **3.1.2 Pendekatan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian menggunakan metode dengan cara menggunakan pendekatan tertentu dalam mencapai tujuan yang diinginkan, hal itu dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan *survey* dengan nasabah dalam memakai layanan yang berbasis online atau layanan *mobile banking*.

Pendekatan survei merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian, data yang akan dipelajari kemudian diambil sebagai sampel dari populasi (Sugiono, 2013:11). Maka akan menemukan kejadian yang relative, distribusi, serta memiliki hubungan antar variabel.

## **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dipilih Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta yang berada di Jl. Soekarno Hatta, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141.

Lokasi penelitian ini dipilih Bank Syariah Indonesia yang berada di daerah Malang merupakan Kantor Cabang terbesar, karena memiliki Cabang Pembantu sebanyak lima. Selain itu Bank Syariah Indonesia juga memiliki nasabah terbanyak.

## **3.3 Populasi Dan Sampel**

### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari objek dan subjek dimana mempunyai karakter tertentu, ditetapkan sebagai penelitian kemudian dipelajari dan menarik kesimpulan (Sugiono, 2012:80). Pada penelitian kali ini menggunakan semua nasabah Bank Syariah Indonesia KC Soekarno Hatta Malang. Nasabah yang akan diteliti dalam populasi ini tidak terbatas atau tak terhitung maka dari itu peneliti mengambil semua nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah populasi, jika populasi yang dilakukan penelitian dengan jumlah banyak maka dapat menggunakan beberapa sampel yang dapat diambil dari populasi tersebut (Sugiono,

2016:118). Maka dari itu, sampel yang diambil dari populasi dapat mewakili dari populasi yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam mengambil sampel dari sebuah populasi harus bersifat mewakili dari jumlah populasi yang akan digunakan pada penelitian.

Penentuan jumlah sampel pada penelitian mengacu dalam pengukuran sampel yaitu sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak pada penelitian sekitar 30 sampai 500 sampel yang dapat dikatakan layak.
2. Apabila sampel dibagi berdasarkan kategori pemisalan laki-laki-perempuan, pelajar-pekerja, dan lain-lain. Maka dikatakan sampel yang dapat diambil minimal 30 sampel.
3. Jika pada penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda maka jumlah pada pengambilan sampel minimal dikalikan 10 kali dari jumlah variabel yang ada dalam penelitian. Variabel (independen + dependen) maka jumlah anggota sampel =  $6+6= 11 \times 10 = 120$

Dengan demikian dalam pengambilan sampel yang mengacu pada teori Rosce dalam (Sugiono, 2012:80) diatas maka jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 120 nasabah.

### **3.4 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiono, 2012:80) *purposive sampling* yang dimana bermaksud dalam penelitian ini

dengan pertimbangan dan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam memilih responden pada penelitian kali ini sebagai berikut:

1. Nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* atau layanan secara online di Bank Syariah Indonesia KC Malang.
2. Minimal usia 17 tahun.
3. Melakukan transaksi dalam layanan *mobile banking* minimal 3 kali.

### **3.5 Jenis Data**

Menurut Purhantara (2010:79) jenis data dari penelitian sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument yang telah ditetapkan. Sumber data primer dapat dilihat melalui responden, kelompok, atau melalui internet. Data primer dianggap lebih akurat karena data tersebut disajikan secara terperinci.
2. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia dalam berbagai bentuk, biasanya data tersebut merupakan data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan dalam statistik. Data sekunder berupa bukti, catatan atau laporan yang telah tersusun dalam arsip dan dipublikasikan dan tidak dipublikasikan.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam metode ilmiah, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk menguji hipotesis yang

telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi sebagai berikut:

### **3.6.1 Wawancara**

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud dan tujuan tertentu (Moleong, 2010). Percakapan yang dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yaitu pihak yang menjawab pertanyaan. Wawancara dapat dilakukan dengan cara bertatap muka atau bertemu secara langsung antara wawancara dan diwawancarai (Moleong, 2010).

### **3.6.2 Dokumentasi**

Dokumen merupakan dokumen lama yang sudah digunakan dalam penelitian sebagai sumber data yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, dan untuk peramalan (Moleong, 2010).

### **3.6.3 Kuisisioner**

Kuisisioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada responden penelitian. Responden yang akan menjawab pertanyaan kuisisioner tersebut adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Soekarno Hatta Malang.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel pada penelitian ini diklasifikasikan yang terdiri dari variabel bebas (independen), dan variabel terikat (dependen) yang akan dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi operasional	Sumber
1	Site Organizational (X1)	Merupakan situs yang mencakup tentang desain web, yang berisi layanan secara tepat dan terperinci sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah.	(Raza et al., 2020)
2	Responsiveness (X2)	Merupakan kewajiban yang dilakukan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan tanggap kepada nasabah.	
3	Reliability (X3)	Merupakan kemampuan memenuhi kebutuhan nasabah berupa layanan secara cepat, akurat, dan tepat sehingga dapat memuaskan nasabah.	
4	User's Friendliness (X4)	Merupakan layanan yang diberikan bagi pengguna yang mengalami gangguan pada saat melakukan transaksi maka dari itu perlu dipastikan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut.	
5	Personal Needs (X5)	Memperhatikan kebutuhan bagi para pengguna layanan seperti kesediaan, kebutuhan keamanan atau yang dapat	

		dikatakan sebagai privasi pengguna layanan.	
6	Efficiency (X6)	Menjawab kebutuhan nasabah secara efisien melalui web dengan cepat dan tanggap.	
7	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan atau pemenuhan pelanggan adalah penilaian bagaimana layanan yang disediakan oleh bank-bank internet yang telah memenuhi sesuai dengan harapan nasabah	(Lee & Lin, 2005)

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Variabel penelitian yang telah dijelaskan diatas tersebut kemudian dijabarkan menjadi beberapa indikator antara lain sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Tabel Pengukuran**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>
<i>Site Organization</i>	Fasilitas situs web	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Layanan <i>mobile banking</i> dalam perbankan syariah secara visual menarik.</li> <li>2. Tampilan (awal) pada situs web organisasi sudah terorganisasi dengan baik.</li> </ol>
<i>Responsiveness</i>	Pelayanan secara tepat dan tanggap	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya pikir perbankan online memberikan layanan dengan respon yang baik.</li> <li>2. Layanan <i>mobile banking</i> sesuai dengan waktu yang ditentukan.</li> </ol>
<i>Reliability</i>	Kemampuan pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transaksi pada <i>mobile banking</i> bebas dari kesalahan.</li> </ol>

		<p>2. Layanan <i>mobile banking</i> memiliki keamanan yang memadai.</p> <p>3. Layanan <i>mobile banking</i> memberikan layanan pada waktu yang dijanjikan.</p>
<i>User's Friendliness</i>	Layanan darurat (mengalami gangguan)	<p>1. Situsweb <i>layanan mobile banking</i> dapat diakses dengan mudah.</p> <p>2. Arahkan atau petunjuk pada situs web <i>mobile banking</i> sangat mudah.</p> <p>3. Halaman situs web online tidak diprivasi (nasabah dapat mengakses).</p>
<i>Personal Needs</i>	Memenuhi kebutuhan nasabah (keamanan)	<p>1. Saya merasa aman dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i>.</p> <p>2. Saya merasakan kebutuhan pribadi saya terpenuhi, dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i>.</p>
<i>Efficiency</i>	Menjawab dengan cepat dan tanggap	<p>1. Layanan <i>mobile banking</i> mudah digunakan dalam menemukan apa yang saya butuhkan di situs web.</p> <p>2. Saya dapat melakukan transaksi dengan cepat didalam situs web secara online.</p>

Kepuasan nasabah	1. <i>Reliability</i> (Kehandalan)	1. Fasilitas <i>mobile banking</i> mudah digunakan dan dioperasikan. 2. Layanan <i>mobile banking</i> situs organisasi mudah digunakan.
	2. <i>Usability</i> (Daya guna)	3. Layanan <i>mobile banking</i> memberikan layanan sesuai dengan yang ditentukan.
	3. <i>Enjoyment</i> (Kenikmatan)	4. Setelah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> memiliki rasa bangga atau senang.
	4. <i>Akseibilitas</i> dengan mudah	5. Saya merasa puas saat saya dapat mengoperasikan layanan <i>mobile banking</i> secara mandiri.
	5. <i>Perceived Control</i> (Kontrol yang dirasakan)	6. Penggunaan layanan <i>mobile banking</i> memudahkan untuk memenuhi kebutuhan saya. 7. Layanan <i>mobile banking</i> dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja
	6. <i>Perceived Speed</i> (Kecepatan yang dirasakan)	8. Layanan <i>mobile banking</i> dalam melakukan transaksi dapat dilakukan dengan cepat, efektif, dan efisien.

Sumber: Diolah Penulis (2021)

### 3.8 Analisis Data

Dalam sebuah analisis data sangatlah penting, data yang telah diperoleh pada saat penelitian diolah melalui SPSS dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Regresi linier berganda dapat dikatakan jika jumlah variabel bebas lebih dari satu maka dapat dikatakan regresi linier berganda. Model regresi linier berganda dapat dituliskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan:

Y= Variabel terikat

X= Variabel bebas

$X_1$ = *Site Organization*

$X_2$ = *Responsiveness*

$X_3$ = *Reliability*

$X_4$ = *User's Friendliness*

$X_5$ = *Personal Needs*

$X_6$ = *Efficiency*

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien

Berikut merupakan metode regresi linier berganda yang akan di uji sebagai berikut:

### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan valid atau tidak pada sebuah instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, semakin tinggi rendahnya validitas menunjukkan sejauh mana data yang akan terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Ghozali, 2013:145).

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengatakan derajat konsisten instrument yang dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi, apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang akan diukur. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha-Crobach* (Ghozali, 2013:145).

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik perlu dilakukan terlebih dahulu sebelum menganalisis regresi linier berganda, tujuannya agar peneliti mengetahui model penelitian yang dilakukan dinyatakan bebas dari penyimpangan uji asumsi klasik. Didalam uji asumsi klasik memiliki beberapa uji diantara lain sebagai berikut:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel masing-masing dikatakan normal atau tidak (Ghozali, 2013:145). Uji normalitas penting digunakan dikarenakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu

data dengan harapan bahwa hasil dari pengujian dikatakan valid. Pada pengujian dalam uji normalitas metode yang digunakan adalah *Kolmogorov Smirnov* yang dapat dikatakan apabila nilai berdistribusi normal maka nilai signifikan  $> 0,05$  dan jika tidak normal maka  $< 0,50$ .

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji tersebut bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier berganda ditemukan korelasi antara variabel bebas atau variabel independen (Ghozali, 2013:145). Dimana untuk melihat uji multikolinearitas dapat dilihat pada bagian *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) (Ghozali, 2013:145). Kriteria yang dapat dikatakan jika terjadi multikolinearitas antara lain sebagai berikut:

##### 1. *Tolerance*

Apabila nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  maka dapat dikatakan adanya multikolinearitas, jika nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

##### 2. *Variance Inflation Factor*

Apabila nilai VIF  $\leq 0,10$  maka tidak ada multikolinearitas, jika nilai VIF  $\geq 0,10$  maka ada multikolinearitas

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi linier terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada pengamatan satu ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2013:145). Kriteria atau ketentuan

yang dapat dikatakan terjadinya heteroskedastisitas antara lain sebagai berikut:

1. Jika dilihat pada grafik membentuk pola yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika dilihat pada grafik membentuk pola titik-titik yang tidak teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji sebuah asumsi dan regresi apakah terdapat korelasi pada variabel independent dengan dirinya sendiri atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut dapat digunakan dengan *Durbin Watson* (DW). Adapun klasifikasinya sebagai berikut:

1.  $d < d_l$  atau  $d > 4 - d_l$  yang memiliki arti dapat dikatakan terjadi autokorelasi
2.  $d_u < d < 4 - d_u$  maka dapat diartikan tidak terjadi autokorelasi
3.  $d_l < d < d_u$  atau  $4 - d_u < d < 4 - d_l$  maka dapat dikatakan tidak terdapat sebuah kesimpulan yang pasti

e. Linieritas

Uji linieritas digunakan sebagai penentu apakah pada dua variabel atau lebih memiliki hubungan linier yang signifikan atau tidak (Ghozali, 2013:145). Dalam kriterianya jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  dimana hasilnya digunakan untuk membuat keputusan dalam menentukan model regresi yang akan digunakan dengan tepat.

### 3.8.4 Uji Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dinamakan juga R square merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependent (Ghozali, 2013:145). Nilai *R Square* yang kecil menunjukkan kemampuan pada variabel-variabel independent ke variabel dependent sangat terbatas atau kecil dan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai koefisien determinasi bahwasanya nilai  $0 < R^2 < 1$  yang memiliki arti nilai  $R^2$  mendekati nilai 1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent mampu menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependent (Ghozali, 2013:145). Rumus determinan sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{RSS}{TSS}$$

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinan

RSS = jumlah kuadrat residual

TSS = jumlah kuadrat total

### 3.8.5 Uji Parsial atau Uji t

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apabila masing-masing variabel independent mempengaruhi variabel dependent secara signifikan (Ghozali, 2013:145). Pengujian dilakukan dengan uji t, yaitu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:

1. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima yaitu variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.
2. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak yaitu variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Analisis Deskriptif Lokasi Penelitian**

###### **4.1.1.1 Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Awal berdirinya Bank Syariah Indonesia merupakan akuisisi dari tiga perbankan syariah yang berada di Indonesia yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Untuk menggabungkan tiga perbankan Syariah tersebut membutuhkan waktu dalam menata keuangan maupun dalam sistem kerjanya dijadikan menjadi satu. Direktur utama Bank Syariah Indonesia Hery Gunardi menyampaikan bahwasanya Bank Syariah Indonesia sudah mendapatkan izin dari OJK sesuai dengan prediksi yang diinginkan.

Pada tahun 2016 Otoritas Jasa Keuangan menyiapkan peta jalan dalam pengembangan keuangan syariah. Tahun 2019 OJK mendorong terjadinya merger dari tiga bank yang terdiri dari Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang dinamakan menjadi Bank Syariah Indonesia. Pada tanggal 2 Juli 2020 Menteri Badan Usaha menggabungkan dari ketiga bank Syariah tersebut. Kemudian pada bulan Oktober 2020 pemerintah secara resmi mengumumkan perencanaan merger dari ketiga bank syariah. Pada tanggal 11 Desember 2020 menetapkan dari merger bank tersebut menjadikan nama dengan Bank

Syariah Indonesia. OJK secara resmi mengeluarkan surat izin dari ketiga bank syariah dengan Nomor SR-3/PB.1/2021. Perilisan PT Bank Syariah Indonesia diresmikan oleh Presiden Jokowi.

Bank Syariah Indonesia memang sudah menjadi BSI akan tetapi untuk sistem kerjanya sendiri masih menggunakan BRI Syariah. Untuk perilisan sendiri pada Bank Syariah Indonesia ditetapkan pada 1 Februari 2020. Hal tersebut membutuhkan waktu untuk menjadikan merger dari tiga bank menjadi satu, launching pun ditetapkan pada bulan November. Dalam proses merger dari tiga perbankan syariah tersebut membutuhkan waktu sekitar 11 bulan yang dimulai pada bulan Maret.

Terbentuknya Bank Syariah Indonesia merger dalam tiga perbankan syariah secara nasional memiliki logo yang bergambarkan bintang lima. Logo tersebut yang bertulisan BSI yang di atasnya terdapat bintang warna kuning yang berada di kanan yang diikuti dengan nama Bank Syariah Indonesia. Arti dari bintang yang berwarna kuning dengan memiliki lima bagian sudut adalah merupakan lima Pancasila dan lima rukun Pancasila.

#### **4.1.1.2 Visi dan Misi**

##### **Visi**

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

### **Misi**

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

#### **4.1.1.3 Produk dan Layanan**

Kegiatan yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia sama halnya dengan lembaga keuangan syariah pada umumnya. Seperti penanaman modal dan pinjaman yang telah disediakan oleh lembaga keuangan syariah. Dalam kegiatan tersebut memiliki berbagai macam produk serta layanan dengan tujuan yang sama. Terdapat macam-macam pendanaan atau tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia antara lain sebagai berikut:

1. Tabungan Bank Syariah Indonesia

Merupakan tabungan yang digunakan bagi nasabah Bank Syariah Indonesia perorangan dengan memiliki prinsip titipan atau dapat disebut juga dengan *wadiah yad dhamanah*. Persyaratan yang digunakan dalam membuat tabungan BRI Syariah iB sangat mudah

hanya dengan menyiapkan fotokopi KTP dan saldo yang mengendap. Saldo yang mengendap didalam ATM minimal Rp20.000 dengan mendapatkan fasilitas seperti kartu ATM, layanan Tarik tunai, dan lainnya.

## 2. Tabungan haji Bank Syariah Indonesia

Tabungan ini ialah tabungan investasi yang digunakan bagi calon nasabah haji yang memiliki tujuan kedepannya tabungan tersebut digunakan sebagai biaya perjalanan ibadah haji. Dalam prinsip tabungan haji tersebut menggunakan prinsip bagi hasil atau *mudharabah al-muthlaqoh*. Pembukaan tabungan haji ini syaratnya sangat mudah seperti menyediakan fotokopi KTP, setoran awal jumlahnya seberas Rp500.000 kemudian untuk setoran lanjutnya dengan jumlah minimal sebesar Rp50.000. Fasilitas yang didapatkan Ketika memiliki tabungan haji tersebut mendapatkan bebas biaya administrasi, storan ringan serta transaksi tersebut dapat dilakukan diberbagai cabang Bank Syariah Indonesia.

## 3. Deposito iB

Deposito merupakan penghimpunan dana dengan menggunakan prinsip bagi hasil atau dapat dikatakan *mudharabah al-muthlaqoh* dimana dana tersebut dapat diambil pada saat jatuh tempo. Jangka waktu yang dapat diambil pada saat deposito yaitu pada 1, 3, 6, dan 12 bulan selain itu dalam pengambilannya dapat diperpanjang secara

otomatis dengan ketentuan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan awal.

#### 4. Giro iB

Giro iB dalam Bank Syariah Indonesia merupakan penyimpanan dana yang digunakan untuk melakukan bisnis dengan menggunakan prinsip titipan atau disebut juga dengan *wadiah yad dhamanah*. Dalam pengambilnya tersebut dilakukan dengan cara menggunakan cek atau bilyet giro, mengapa demikian karena guna untuk mempermudah dalam melakukan media penarikan serta untuk memindahkan pembukuan antar cabang Bank Syariah Indonesia secara online.

Selain dari pendanaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan syariah juga memiliki kegiatan pembiayaan yang dimana juga menjadikan salah satu bagian yang penting dalam produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia. Berikut merupakan produk pembiayaan yang berada dalam Bank Syariah Indonesia:

##### 1. Kepemilikan Kendaraan Bermotor (KKB) Bank Syariah Indonesia

Produk yang dimiliki oleh BRI Syariah yaitu KKB merupakan salah satu cara nasabah untuk memperoleh pembiayaan mobil dalam keadaan yang sudah terpakai ataupun belum. Perjanjian tersebut menggunakan akad murabahah, istishna, serta ijarah dengan minimal sebesar 50 juta dan maksimalnya sebesar 1 milyar. Jangka waktu dalam pembiayaan KKB sendiri sekitar 1-5 tahun.

## 2. Produk Kepemilikan Multi Guna (KMG)

KMG merupakan produk pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia kepada nasabah perorangan sebagai penggunaan kebutuhan pribadi selain rumah dan mobil. Untuk pembayarannya sendiri dengan cara diangsur atau dapat juga dilakukan dengan mencicil sesuai kesepakatan bersama. Dalam KMG menggunakan akad murabahah dan ijarah, sedangkan untuk biaya yang diajukan minimal 5 juta. Jangka waktu yang digunakan dalam peminjaman dana tersebut sekitar 1- 5 tahun.

## 3. Produk Kepemilikan Rumah (KPR) iB Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia memiliki produk yang dinamakan KPR dengan memiliki sistem pembiayaan secara jual beli atau dapat juga dikatakan murabahah. Dimana dalam produk tersebut bertujuan untuk mewujudkan keinginan nasabah dalam memiliki rumah impiannya. Pinjaman yang dianjurkan dalam KPR tersebut biaya yang dianjurkan sebesar 25 juta sampai 3,5 milyar dalam jangka waktu pinjaman sekitar 1 sampai 15 tahun.

## 4. Produk gadai Bank Syariah Indonesia

Dalam layanan gadai Bank Syariah Indonesia dimana memenuhi kebutuhan dana secara tunai, dalam sistem gadai ini untuk meminjam dana dari bank nasabah dapat menggadaikan barang berharga. Keunggulan gadai salah satunya dalam proses peminjamannya lebih cepat dibandingkan dengan yang lain dengan tetap mengacu pada

prinsip syariah. Jangka waktu peminjaman gadai sekitar 120 hari akan tetapi juga dapat dirubah sesuai dengan kesepakatan.

Selain itu dalam lembaga keuangan syariah yaitu Bank Syariah Indonesia juga memberikan layanan yang mudah dalam melakukan transaksi. Layanan tersebut digunakan untuk memudahkan nasabah dalam memenuhi kebutuhan pribadi secara cepat dengan memaksimalkan teknologi sebaik mungkin. Berikut merupakan layanan yang ada pada Bank Syariah Indonesia.

#### 1. Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

ATM adalah fasilitas yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah salah satunya yaitu Bank Syariah Indonesia, layanan tersebut diberikan kepada nasabah yang dapat digunakan kapan pun dalam waktu 24 jam. Nasabah yang menggunakan ATM Bank Syariah Indonesia sudah ada di tempat terdekat dimana seluruh Indonesia terdapat layanan ATM Bank Syariah Indonesia yang jumlahnya sekitar + 539. Fitur yang ada dalam layanan tersebut terdiri dari registrasi E-banking, informasi saldo, transaksi tunai, penggantian PIN, transfer berbagai rekening, transaksi pembayaran, serta pembelian pulsa.

#### 2. *Internet Banking*

*Internet banking* merupakan layanan yang ada dalam perbankan syariah yang dalam menggunakannya melalui jaringan internet dimana dapat digunakan kapan pun dan dimanapun dengan waktu

24 jam. Layanan tersebut dapat digunakan dengan menggunakan telepon genggam, computer, laptop, serta *notebook*. Layanan ini sangat mudah digunakan serta praktis dan aman dalam menggunakan layanan secara online.

### 3. *Mobile Bank Syariah Indonesia*

Layanan *mobile banking* sendiri memudahkan nasabah dalam mencari informasi serta nasabah dapat berkomunikasi layanan secara online. Layanan ini dapat menggunakan dengan telepon seluler atau handphone yang digunakan untuk media aplikasi pada *mobile banking*. Layanan *mobile banking* aman digunakan dan dijamin keamanannya oleh lembaga keuangan syariah. Transaksi untuk *mobile banking* terdiri dari transaksi non finansial dan transaksi finansial, dimana transaksi non finansial terdiri dari informasi saldo, mutasi 3 transaksi terakhir, penggantian PIN, pengecekan transaksi. Sedangkan untuk transaksi finansial sendiri terdiri dari transfer sesama rekening, antara bank, pembayaran utang dan pembelian, pengisian gopay.

#### **4.1.2 Gambaran Umum Responden**

Bahwasanya dalam pengisian kuisisioner ini responden memiliki karakteristik yang berbeda antara lain terdiri dari usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Karakteristik tersebut dapat dipaparkan dalam gambaran umum sebagai berikut:

#### 4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

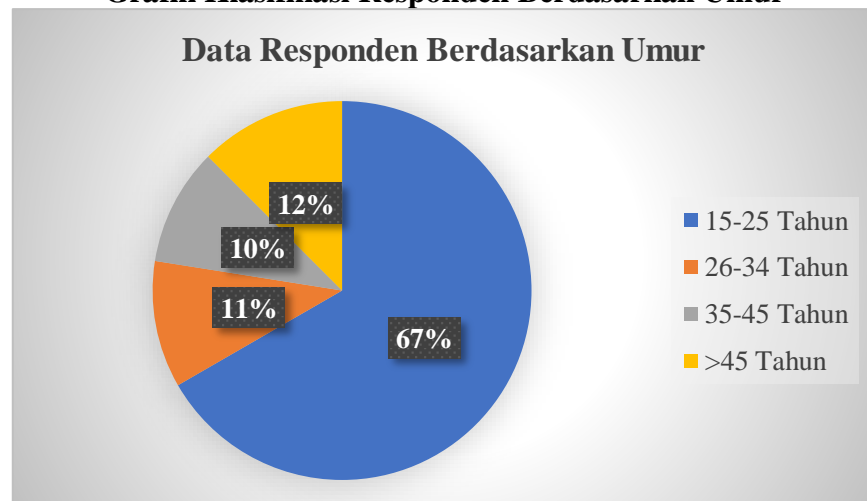
Karakteristik responden berdasarkan usia dibedakan menjadi empat bagian mulai dari umur 15-25 tahun, 26-34 tahun, 35-45 tahun, dan >45 tahun yang dipaparkan dibawah ini melalui tabel dan gambar sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
15-25 Tahun	80	67%
26-34 Tahun	13	11%
35-45 Tahun	12	10%
>45 Tahun	15	12%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah Penulis (2021)

**Gambar 4.1**  
**Grafik Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur**



Sumber: Diolah Penulis (2021)

Pada gambar diatas 4.1 menjelaskan bahwasanya dari 120 responden yang terbanyak menggunakan layanan *mobile banking* adalah berumur 15-25 tahun dengan jumlah 80 responden atau memiliki persentase sebanyak 67%, usia 26-34 tahun berjumlah 13 responden dengan

memiliki persentase sebanyak 11%, usia 35-45 tahun berjumlah 12 responden dengan memiliki persentase sebanyak 10%, usia >45 tahun berjumlah 15 responden dengan memiliki persentase sebanyak 12%.

#### 4.1.2.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

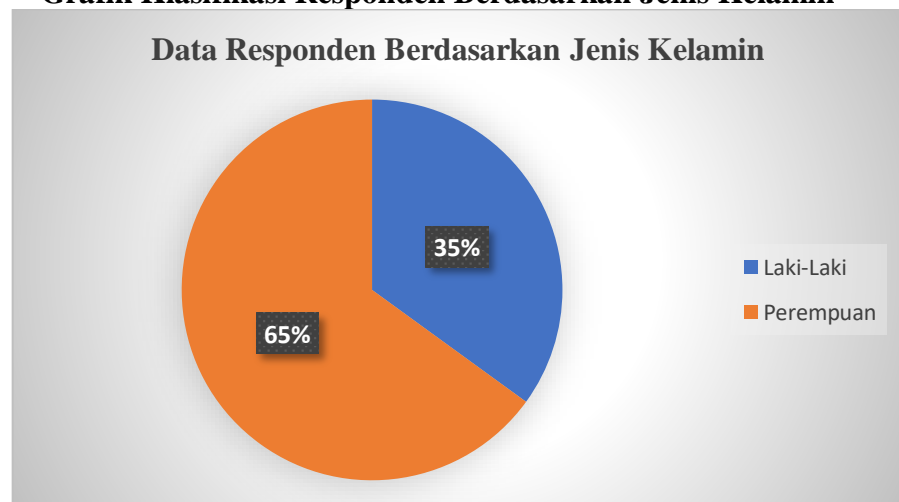
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua bagian yaitu laki-laki dan perempuan, yang dipaparkan dibawah ini melalui tabel dan gambar sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentasi
Laki-laki	42	35%
Perempuan	78	65%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber : Diolah Penulis (2021)

**Gambar 4.2**  
**Grafik Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Diolah Penulis (2021)

Berdasarkan tabel dan gambar diatas dapat diketahui jumlah responden pada penelitian sebanyak 120 responden. Berdasarkan jenis kelamin jumlah terbanyak yang menggunakan layanan *mobile*

*banking* adalah perempuan dengan sejumlah 78 responden persentase 65%, sedangkan laki-laki sejumlah 43 responden dengan memiliki persentase 35%.

#### 4.1.2.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

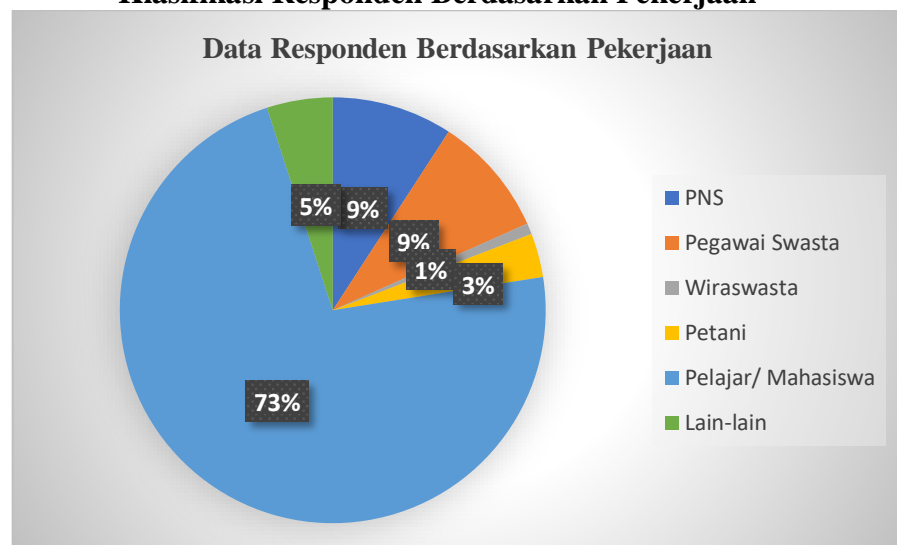
Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan terdiri dari enam bagian antara lain seperti PNS, pegawai swasta, wiraswasta, petani, pelajar/mahasiswa, lain-lain. Dapat diuraikan dalam tabel dan gambar sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	11	9%
Pegawai Swasta	11	9%
Wiraswasta	1	1%
Petani	4	3%
Pelajar / Mahasiswa	87	73%
Lain-lain	6	5%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah Penulis (2021)

**Gambar 4.3**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**



Sumber: Diolah Penulis (2021)

Berdasarkan tabel dan gambar diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan responden yang terbanyak dalam menggunakan layanan *mobile banking* adalah berdasarkan pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 87 responden persentase sebanyak 73%, sedangkan yang lainnya seperti PNS sejumlah 11 responden dengan persentase 9%, sebagai pegawai swasta sejumlah 11 responden dengan persentase 9%, wiraswasta sejumlah 1 responden dengan persentase 1%, petani sejumlah 4 responden dengan persentase 3%, dan pekerjaan lain-lain sejumlah 6 responden dengan persentase 5%.

#### **4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif**

Pada analisis deskriptif ini bertujuan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari variabel *Site Organization* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Reliability* ( $X_3$ ), *User's Friendliness* ( $X_4$ ), *Personal Needs* ( $X_5$ ), *Efficiency* ( $X_6$ ), Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

##### **4.1.3.1 Site Organization ( $X_1$ )**

Tanggapan dari 120 responden terhadap variabel *site organization* yang dipaparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Tanggapan Responden Terhadap Site Organization (X<sub>1</sub>)**

	Tanggapan Responden										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0%	2	1,6%	16	13,33%	64	53,33%	3	31,66%	4,15
X1.2	0	0%	3	2,5%	17	14,16%	71	59,16%	2	24,16%	4,05
<b>Rata-Rata= 4,1</b>											
<b>Standar Deviasi= 0,701462907</b>											

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Dari pemaparan tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa variabel *site organization* memiliki rata-rata sebesar 4,1 yang dapat dikatakan bahwa rata-rata nilai responden sangat tinggi atau sangat baik, serta memiliki nilai standar deviasi 0,70 yang dapat dikatakan bahwasanya untuk pengukuran pada penyebaran kuisisioner variabel *site organization* sebesar 0,70 dari 120 responden. Berikut merupakan pertanyaan pada variabel *site organization* antara lain:

1. Layanan *mobile banking* dalam perbankan syariah secara visual menarik pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,15 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya layanan *mobile banking* dalam perbankan syariah secara visual menarik.
2. Tampilan (awal) pada web situs organisasi sudah terorganisasi dengan baik pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,05 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah

setuju dengan mengatakan tampilan (awal) pada web situs organisasi sudah terorganisasi dengan baik.

#### 4.1.3.2 Responsivenes (X2)

Tanggapan dari 120 responden terhadap variabel *responsiveness* dapat dipaparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Responden Terhadap *Responsiveness* (X<sub>2</sub>)**

Item	Tanggapan Responden										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0%	1	0,83%	10	8,33%	56	46,6%	53	44,16%	4,34
X2.2	0	0%	1	0,83%	10	8,33%	64	53,3%	47	39,16%	4,35
<b>Rata-Rata= 4,34</b>											
<b>Standar Diviasi= 0,648945072</b>											

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Dari pemaparan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* memiliki rata-rata sebesar 4,34 yang dapat dikatakan bahwa rata-rata nilai responden sangat tinggi atau sangat baik, serta memiliki nilai standar deviasi 0,64 yang dapat dikatakan bahwasanya untuk pengukuran pada penyebaran kuisioner variabel *responsiveness* sebesar 0,64 dari 120 responden. Berikut merupakan pertanyaan pada variabel *responsiveness* antara lain:

1. Saya pikir perbankan online memberikan layanan dengan respon yang baik pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,34 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju

dengan mengatakan saya pikir perbankan online memberikan layanan dengan respon yang baik.

2. Layanan *mobile banking* sesuai dengan waktu yang ditentukan pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,35 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya layanan *mobile banking* sesuai dengan waktu yang ditentukan.

#### 4.1.3.2 Reliability (X<sub>3</sub>)

Tanggapan dari 120 responden terhadap terhadap variabel *reliability* yang dapat dipaparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden Terhadap Reliability (X<sub>3</sub>)**

Item	Tanggapan Responden										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	0	0%	11	9,16%	45	37,5%	43	35,83%	21	17,5%	3,61
X3.2	0	0%	1	0,83%	24	20%	68	56,6%	27	22,5%	4,00
X3.3	0	0%	1	0,83%	17	0,14%	67	55,83%	35	29,16%	4,13
<b>Rata-Rata= 3,91</b>											
<b>Standar Diviasi= 0,780443215</b>											

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Dari pemaparan tabel 4.6 diatas, menunjukkan bahwa variabel *reliability* memiliki rata-rata sebesar 3.91 yang dapat dikatakan bahwa nilai rata-rata responden sangat tinggi atau sangat

baik, serta memiliki nilai standar deviasi 0,78 yang dapat dikatakan bahwasanya untuk pengukuran pada penyebaran variabel *reliability* sebesar 0,78 dari 120 responden. Berikut merupakan pertanyaan pada variabel *reliability* antara lain:

1. Transaksi *mobile banking* bebas dari kesalahan pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,61 yang memiliki arti adalah setuju bahwasanya transaksi *mobile banking* bebas dari kesalahan.
2. Layanan *mobile banking* memiliki keamanan yang memadai pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,00 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya layanan *mobile banking* memiliki keamanan yang memadai.
3. Layanan *mobile banking* memberikan layanan dengan waktu yang dijanjikan pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,13 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya layanan *mobile banking* memberikan layanan dengan waktu yang dijanjikan.

#### **4.1.3.3 User's Friendliness (X<sub>4</sub>)**

Tanggapan dari 120 responden terhadap variabel *user's friendliness* dapat dipaparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan Responden Terhadap *User's Friendliness* (X<sub>4</sub>)**

Item	Tanggapan Responden										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X4.1	0	0%	1	0,83%	7	5,83%	64	53,3%	48	40%	4,32
X4.2	0	0%	3	2,5%	14	11,6%	68	56,6%	35	29,16%	4,12
X4.3	0	0%	3	2,5%	32	26,6%	58	48,3%	27	22,5%	3,90
<b>Rata-Rata= 4,11</b>											
<b>Standar Deviasi= 0,719532286</b>											

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Dari pemaparan tabel 4.7 diatas, menunjukkan bahwa variabel *user's friendliness* memiliki rata-rata sebesar 4,11 yang dapat dikatakan bahwa rata-rata nilai responden sangat tinggi atau sangat baik, serta memiliki nilai standar deviasi 0,71 yang dapat dikatakan bahwasanya untuk pengukuran pada penyebaran kuisioner variabel *user's friendliness* sebesar 0,71 dari 120 responden. Berikut merupakan pertanyaan pada variabel *user's friendliness* antara lain:

1. Situs web layanan *mobile banking* dapat diakses dengan mudah pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,32 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya situs web layanan *mobile banking* dapat diakses dengan mudah.
2. Arahkan atau petunjuk pada situs web *mobile banking* sangat mudah pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,12 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju

bahwasanya arahan atau petunjuk pada situs web *mobile banking* sangat mudah.

- Halaman situs web online tidak diprivasi (nasabah dapat mengakses) pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,90 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya halaman situs web tidak di privasi (nasabah dapat mengakses).

#### 4.1.3.4 *Personal Needs* (X<sub>5</sub>)

Tanggapan dari 120 responden terhadap variabel *personal needs* dapat dipaparkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

**Tanggapan Responden Terhadap *Personal Needs* (X<sub>5</sub>)**

Item	Tanggapan Responden										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X5.1	0	0%	1	0,83%	14	11,6%	66	55%	39	32,5%	4,19
X5.2	0	0%	1	0,83%	13	10,83%	56	46,66%	50	41,66%	4,29
<b>Rata-Rata= 4,24</b>											
<b>Standar Deviasi= 0,74649343</b>											

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Dari pemaparan tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa variabel *personal needs* memiliki rata-rata sebesar 4,24 yang dapat dikatakan bahwa rata-rata responden sangat tinggi atau sangat baik, serta memiliki nilai standar deviasi 0,74 yang dapat dikatakan bahwasanya untuk pengukuran pada penyebaran kuisioner variabel *personal needs* sebesar 0,74 dari 120 responden. Berikut merupakan pertanyaan pada variabel *personal needs* antara lain:

1. Saya merasa aman dalam menggunakan layanan *mobile banking* pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,19 memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah sangat setuju bahwasanya saya merasa aman dalam menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Saya merasakan kebutuhan pribadi saya terpenuhi dalam menggunakan layanan *mobile banking* pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,29 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju dengan mengatakan bahwasanya saya merasakan kebutuhan pribadi saya terpenuhi dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

#### 4.1.3.5 Efficiency (X<sub>6</sub>)

Tanggapan dari 120 responden terhadap variabel *efficiency* dapat dipaparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Tanggapan Responden Terhadap *Efficiency* (X<sub>6</sub>)**

Item	Tanggapan Responden										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0%	1	0,83%	10	10,83%	64	53,3%	42	35%	4,22
X2.2	0	0%	1	0,83%	7	5,83%	59	49,16%	53	44,16%	4,36
<b>Rata-Rata= 4,29</b>											
<b>Standar Deviasi= 0,697862347</b>											

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Dari pemaparan tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa variabel *efficiency* memiliki rata-rata sebesar 4,29 yang dapat dikatakan bahwa rata-rata nilai responden sangat tinggi atau sangat baik, serta memiliki nilai standar deviasi 0,69 yang dapat dikatakan bahwasanya untuk penyebaran kuisisioner variabel *efficiency* sebesar 0,69 dari 120 responden. Berikut merupakan pertanyaan pada variabel *efficiency* antara lain:

1. Layanan *mobile banking* mudah digunakan dalam menemukan apa yang saya butuhkan melalui situs web pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,22 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya layanan *mobile banking* mudah digunakan dalam menemukan apa yang saya butuhkan.
2. Saya dapat melakukan transaksi dengan cepat didalam situs web secara online pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,36 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju dengan mengatakan bahwasanya saya dapat melakukan transaksi dengan cepat didalam situs web secara online.

#### **4.1.3.7 Kepuasan Nasabah (Y)**

Tanggapan dari 120 responden terhadap variabel kepuasan nasabah dapat dipaparkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Nasabah**  
**(Y)**

Item	Tanggapan Responden										Mean
	STS		TS		KS		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y.1	0	0%	1	0,83%	11	9,16%	55	45,83%	53	44,16%	4,33
Y.2	0	0%	0	0%	17	14,16%	64	53,3%	39	32,5%	4,18
Y.3	0	0%	1	0,83%	17	14,16%	61	50,83%	41	34,16%	4,18
Y.4	0	0%	2	1,66%	26	21,66%	52	43,33%	40	33,33%	4,08
Y.5	0	0%	0	0%	10	8,33%	60	50%	49	40,83%	4,30
Y.6	0	0%	0	0%	15	12,5%	53	44,16%	52	43,33%	4,43
Y.7	1	0,83%	0	0%	13	10,83%	37	30,83%	69	57,5%	4,44
Y.8	0	0%	1	0,83%	9	7,5%	45	37,5%	65	54,1%	4,45
<b>Rata-Rata= 4,29</b>											
<b>Standar Deviasi= 0,707640382</b>											

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Dari tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki nilai rata-rata sebesar 4,29 yang dapat dikatakan bahwa rata-rata nilai responden sangat tinggi atau sangat baik, serta memiliki nilai standar deviasi 0,70 yang dapat dikatakan bahwasanya untuk penyebaran kuisioner variabel kepuasan nasabah sebesar 0,70 dari 120 responden. Berikut merupakan pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah antara lain:

1. Fasilitas *mobile banking* mudah digunakan dan dioperasikan pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,33 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya fasilitas *mobile banking* mudah digunakan dan dioperasikan.

2. Layanan *mobile banking* situs organisasi mudah digunakan pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,18 yang memiliki arti setuju bahwasanya layanan *mobile banking* situs organisasi mudah digunakan.
3. Layanan *mobile banking* memberikan layanan sesuai dengan yang ditentukan pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,18 yang memiliki arti setuju bahwasanya layanan *mobile banking* memberikan layanan sesuai dengan yang ditentukan.
4. Setelah menggunakan layanan *mobile banking* memiliki rasa bangga atau senang pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,08 yang memiliki arti setuju bahwasanya setelah menggunakan layanan *mobile banking* memiliki rasa bangga atau senang.
5. Saya merasa puas saat saya dapat mengoperasikan layanan *mobile banking* secara mandiri pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,30 yang memiliki arti setuju dengan mengatakan bahwasanya saya merasa puas saat saya dapat mengoperasikan layanan *mobile banking* secara mandiri.
6. Penggunaan layanan *mobile banking* memudahkan untuk memenuhi kebutuhan saya pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,43 yang memiliki arti setuju bahwasanya pengguna layanan *mobile banking* memudahkan untuk memenuhi kebutuhan saya.
7. Layanan *mobile banking* dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata 4,44 yang memiliki arti

dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya layanan *mobile banking* dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.

8. Layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi dapat dilakukan dengan cepat, efektif dan efisien pertanyaan tersebut mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,45 yang memiliki arti dalam pertanyaan tersebut adalah setuju bahwasanya layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi dapat dilakukan dengan cepat, efektif dan efisien.

#### 4.1.4 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan valid atau tidak pada sebuah instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, semakin tinggi rendahnya validitas menunjukkan sejauh mana data yang akan terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud (Ghozali, 2013:145). Dalam penyebaran kuisisioner ini dapat dikatakan valid apabila dari setiap indikator pertanyaan yang ada dapat mengungkapkan data yang dapat diukur pada kuisisioner. Selain itu untuk mengukur data pada kuisisioner dikatakan valid dapat dilihat melalui  $R_{hitung}$  dan  $R_{tabel}$  dengan syarat  $R_{hitung} > R_{tabel}$  dan jika data tersebut tidak valid maka sebaliknya. Dalam penggunaan  $R_{tabel}$  kali ini yang memiliki nilai 0,179 dengan jumlah 120 responden. Pengambilan keputusan  $R_{hitung} > R_{tabel}$  adalah jika  $R_{hitung}$  lebih besar dari  $R_{tabel}$  dengan nilai signifikan 0,05 atau 5% maka dapat dikatakan dari item pertanyaan indikator tersebut valid. Variabel yang diteliti pada uji validitas antara lain *Site Organization* (X1), *Responsiveness* (X2),

*Reliability (X3), User's Friendliness (X4), Personal Needs (X5), Efficiency (X6), dan Kepuasan Nasabah (Y).* semua variabel tersebut dapat dikatakan valid apabila  $R_{hitung} > R_{tabel}$  dengan begitu dapat dijadikan penggunaan ukuran sejauh mana penelitian yang terkumpul. Berikut merupakan hasil dari semua variabel yang dipaparkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Pengukuran Uji Validitas**

Variabel	Item	Nilai		Keterangan
		$R_{hitung}$	$R_{tabel}$ (N=120)	
<i>Site Organization</i>	X1.1	0,896	0,179	Valid
	X1.2	0,893	0,179	Valid
<i>Responsiveness</i>	X2.1	0,880	0,179	Valid
	X2.2	0,866	0,179	Valid
<i>Reliability</i>	X3.1	0,815	0,179	Valid
	X3.2	0,756	0,179	Valid
	X3.3	0,725	0,179	Valid
<i>User's Friendliness</i>	X4.1	0,729	0,179	Valid
	X4.2	0,843	0,179	Valid
	X4.3	0,729	0,179	Valid
<i>Personal Needs</i>	X5.1	0,855	0,179	Valid
	X5.2	0,866	0,179	Valid
<i>Efficiency</i>	X6.1	0,867	0,179	Valid
	X6.2	0,852	0,179	Valid
Kepuasan Nasabah	Y.1	0,801	0,179	Valid
	Y.2	0,662	0,179	Valid
	Y.3	0,781	0,179	Valid

	Y.4	0,635	0,179	Valid
	Y.5	0,724	0,179	Valid
	Y.6	0,772	0,179	Valid
	Y.7	0,634	0,179	Valid
	Y.8	0,691	0,179	Valid

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwasanya item pertanyaan pada setiap indikator dalam pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dengan  $R_{hitung} > R_{tabel}$ .

#### 4.1.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengatakan derajat konsisten instrument yang dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi, apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang akan diukur. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha-Crobach* (Ghozali, 2013:145). Dalam setiap indikator pertanyaan pada kuisisioner apabila dapat dikatakan reliabel maka nilai *Crobach Alpha* > 0,60 dan begitu pula sebaliknya jika dikatakan tidak variabel apabila nilai < 0,60 (Ghozali, 2013:145). Uji reliabilitas ini menggunakan sebuah bantuan yaitu SPSS versi 26. Berikut pemaparan dalam hasil setiap pertanyaan yang ada dalam variabel dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Standar Nilai</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Site Organization</i> (X1)	0,750	0,60	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X2)	0,688	0,60	Reliabel
<i>Reliability</i> (X3)	0,642	0,60	Reliabel
<i>Users Friendliness</i> (X4)	0,644	0,60	Reliabel
<i>Personal Needs</i> (X5)	0,649	0,60	Reliabel
<i>Efficiency</i> (X6)	0,647	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,859	0,60	Reliabel

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Pada tabel 4.12 diatas dapat dikatakan bahwasanya dari variabel *Site Organization* (X1), *Responsiveness* (X2), *Reliability* (X3), *User's Friendliness* (X4), *Personal Needs* (X5), *Efficiency* (X6), dan Kepuasan Nasabah (Y) menghasilkan nilai *Cronbach alpha* dari setiap variabel > 0,60 maka dapat dikatakan bahwa kuisisioner penelitian tersebut reliabel.

#### **4.1.6 Analisis Data**

##### **4.1.6.1 Uji Asumsi Klasik**

Dalam uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui model pada penelitian yang dilakukan yang dinyatakan apakah dalam pengujiannya bebas dari uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik memiliki beberapa uji antara lain sebagai berikut:

## 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel masing-masing dikatakan normal atau tidak (Ghozali, 2013:145). Uji normalitas penting digunakan dikarenakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu data dengan harapan bahwa hasil dari pengujian dikatakan valid. Pada pengujian dalam uji normalitas metode yang digunakan adalah *Kolmogorov Smirnov* yang dapat dikatakan apabila nilai berdistribusi normal maka nilai signifikan  $> 0,05$  dan jika tidak normal maka  $< 0,50$ . Berikut merupakan tabel hasil pemaparan dari uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* antara lain sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Uji Normalitas**  
**One- Sample Kolmogorov- Smirnov Test**

Unstandardized Residual		
N		
120		
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37852139
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.046
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Diolah Penulis (2021)

Pada gambar 4.13 diatas dalam nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* 0,200 dapat dikatakan bahwasanya nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05 selain itu data tersebut berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melakukan pengujian dalam model regresi linier berganda apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (variabel independent) (Ghozali, 2013:145). Dalam melakukan uji multikolinearitas dengan cara nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  maka terjadi adanya multikolinearitas begitupun sebaliknya. Sedangkan pada nilai VIF  $\leq 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas, jika VIF  $\leq 0,10$  maka terjadi multikolinearitas. Berikut merupakan pemaparan hasil dari uji multikolinearitas dengan menggunakan SPSS versi 26 antara lain sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients**

Standardized							
	Unstandarized	Coefficient	Coefficient			Collinearity	Statistics
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
Constanta	5.706	2.150		2.654	.009		
Site Organization (X1)	.586	.273	.185	2.145	.034	.426	2.348
Responsiveness (X2)	.759	.284	.217	2.672	.009	.482	2.075
Reliability (X3)	.262	.193	.114	1.358	.177	.453	2.207

<b>User's Friendliness (X4)</b>	.875	.214	.354	4.081	.000	.421	2.373
<b>Personal Needs (X5)</b>	.267	.255	.078	1.047	.297	.567	1.763
<b>Efficiency (X6)</b>	.122	.253	.034	.482	.631	.623	1.605

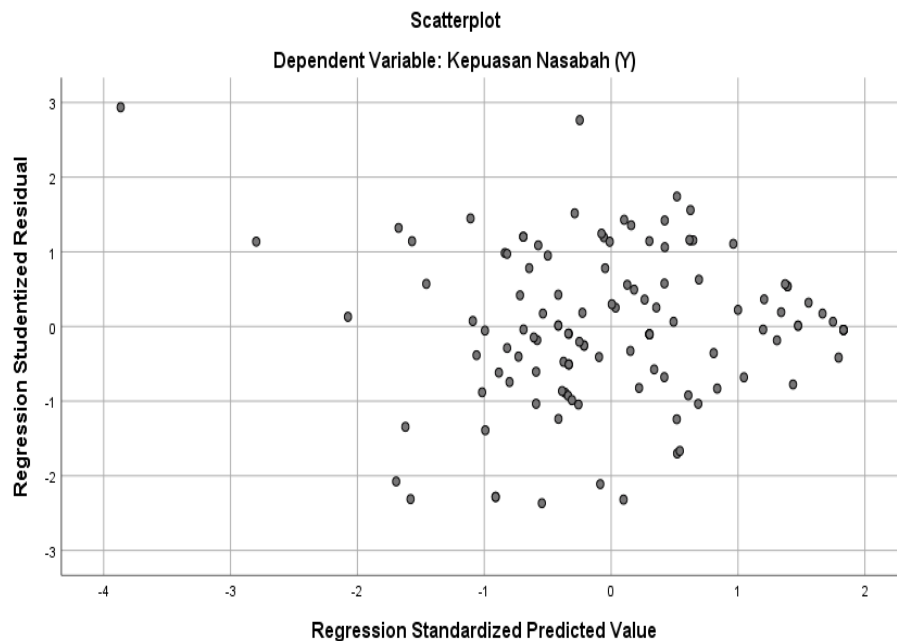
Sumber: Output SPSSversi 26 diolah (2021)

Pada tabel 4.14 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 serta pada nilai VIF dari keseluruhan dari variabel ndependent lebih kecil dari nilai 0,10. Dapat diambil kesimpulan dari enam variabel independent *Site Organization (X1)*, *Responsivenes (X2)*, *Reliability (X3)*, *User's Friendliness (X4)*, *Personal Needs (X5)*, dan *Efficiency (X6)* dapat dikatakan bahwasanya tidak ada korelasi atau tidak multikolinearitas, hal tersebut dapat dilakukan penelitian pada tahap selanjutnya.

### 3. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi linier terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada pengamatan satu ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2013:145). Syarat dapat dikatakan heteroskedasitas adalah pada bagian gambar titik-titik jika membentuk secara teratur, begitupun sebaliknya jika pada gambar tersebut berbentuk secara tidak teratur maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedasitas. Berikut merupakan hasil dari uji heteroskedasitas.

**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (2021)

Pada gambar 4.6 diatas, dapat diketahui bahwasanya titik-titik data diatas menyebar secara keseluruhan mulai dari atas sampai bawah, dan tidak membentuk pola atau gambar tertentu. Sehingga dapat dikatakan atau disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji sebuah asumsi dan regresi terdapat korelasi dalam variabel independent dengan dirinya sendiri atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut dapat digunakan dengan *Durbin Watson* (*DW*). Adapun klasifikasinya sebagai berikut:

1.  $d < d_l$  atau  $d > 4 - d_l$  yang memiliki arti dapat dikatakan terjadi autokorelasi

2.  $du < d < 4-du$  maka dapat diartikan tidak terjadi autokorelasi
3.  $d < d < du$  atau  $4-du < d < 4-dl$  maka dapat dikatakan tidak terdapat sebuah kesimpulan yang pasti.

**Tabel 4.15**

**Uji Autokorelasi**

model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.801	.641	.622	2.441	2.144

Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (2021)

Diket:

$$K= 6$$

$$N= 120$$

$$dL= 1,61642$$

$$dU= 1,78964$$

$$4- dL= 4- 1,61642= 2,38358k$$

$$4- dU= 4- 1,78964= 2,21036$$

Dari tabel 4.15 diatas diketahui bahwa  $du < d < 4- du$  atau  $1,78964 < 2,144 < 2,21036$  dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

## 5. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan sebagai penentu apakah pada dua variabel atau lebih memiliki hubungan linier yang signifikan atau tidak. Dalam kriterianya jika nilai sig  $< 0,05$  dimana hasilnya digunakan untuk membuat

keputusan dalam menentukan model regresi yang akan digunakan dengan tepat.

**Tabel 4.16**  
**Uji Linearitas pada Variabel *Site Organization* (X1)**

			Surn of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah Site Organization	Between Group	Combined	893.724	6	148.954	17.157	.000
		Linearity	808.339	1	808.105	93.105	.000
		Deviation from Linearity	85.385	5	17.077	1.967	.089
	Within Groups		981.068	113	8.682		
	Total		1874.792	119			

Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (2021)

Pada tabel 4.16 uji Linearitas pada variabel *site organization* mendapatkan nilai signifikan *linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan untuk nilai signifikan dari *Deviation from Linearity* sebesar  $0,089 > 0,05$ . Artinya antara variabel *site organization* terhadap kepuasan nasabah dan keduanya berada pada posisi yang linear.

**Tabel 4.17**  
**Uji Linearitas pada Variabel *Responsiveness* (X2)**

			Surn of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah <i>Responsiveness</i>	Between Group	Combined	829.610	5	165.922	18.097	.000
		Linearity	800.229	1	800.229	87.282	.000
		Deviation from Linearity	29.381	4	7.345	.801	.527
	Within Groups		1045.182	114	9.168		
	Total		1874.792	119			

Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (2021)

Pada tabel 4.17 uji Linearitas pada variabel *responsiveness* mendapatkan nilai signifikan *linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan untuk nilai signifikan dari *Deviation from Linearity* sebesar  $0,527 > 0,05$ . Artinya antara variabel

*responsiveness* terhadap kepuasan nasabah dan keduanya berada pada posisi yang linear.

**Tabel 4.18**  
**Uji Linearitas pada Variabel *Reliability* (X3)**

			Surn of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah <i>reliability</i>	Between Group	Combined	643.584	8	80.448	7.188	.000
		Linearity	605.256	1	605.256	54.079	.000
		Deviation from Linearity	38.328	7	5.475	.489	.841
	Within Groups		1231.122	110	11.192		
	Total		1874.706	118			

Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (2021)

Pada tabel 4.18 uji Linearitas pada variabel *reliability* mendapatkan nilai signifikan *linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan untuk nilai signifikan dari *Deviation from Linearity* sebesar  $0,841 > 0,05$ . Artinya antara variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah dan keduanya berada pada posisi yang linear.

**Tabel 4.19**  
**Uji Linearitas pada Variabel *User's Friendliness* (X4)**

			Surn of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah <i>user's friendliness</i>	Between Group	Combined	987.550	7	141.079	17.652	.000
		Linearity	960.224	1	960.224	120.142	.000
		Deviation from Linearity	27.327	6	4.554	.570	.754
	Within Groups		887.155	111	7.992		
	Total		1874.706	118			

Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (2021)

Pada tabel 4.19 uji Linearitas pada variabel *user's friendliness* mendapatkan nilai signifikan *linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan untuk nilai signifikan dari *Deviation from Linearity* sebesar  $0,754 > 0,05$ . Artinya

antara variabel *user's friendliness* terhadap kepuasan nasabah dan keduanya berada pada posisi yang linear.

**Tabel 4.20**  
**Uji Linearitas pada *Personal Needs* (X5)**

			Surn of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah <i>Personal Needs</i>	Between Group	Combined	670.946	5	134.199	12.707	.000
		Linearity	555.979	1	555.979	52.649	.000
		Deviation from Linearity	114.967	4	28.742	2.722	.033
	Within Groups		1203.846	114	10.560		
	Total		1874.792	119			

Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (Peneliti)

Pada tabel 4.20 uji Linearitas pada variabel *personal needs* mendapatkan nilai signifikan *linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan untuk nilai signifikan dari *Deviation from Linearity* sebesar  $0,033 > 0,05$ . Artinya antara variabel *personal needs* terhadap kepuasan nasabah dan keduanya berada pada posisi yang linear.

**Tabel 4.21**  
**Uji Linearitas Pada *Efficiency* (X6)**

			Surn of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah <i>efficiency</i>	Between Group	Combined	509.715	5	101.943	8.513	.000
		Linearity	430.606	1	430.606	35.961	.000
		Deviation from Linearity	79.110	4	1.652	1.652	.166
	Within Groups		1365.076	114	11.974		
	Total		1874.792	119			

Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (2021)

Pada tabel 4.21 uji Linearitas pada variabel *efficiency* mendapatkan nilai signifikan *linearity* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan untuk nilai signifikan dari *Deviation from Linearity* sebesar  $0,166 > 0,05$ . Artinya antara variabel *site*

*organization* terhadap kepuasan nasabah dan keduanya berada pada posisi yang linear.

#### 4.1.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis pada regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh antara variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y), dalam pengujian analisis tersebut peneliti menggunakan SPSS versi 26.

Berikut merupakan hasil pemaparan dari regresi linier berganda:

**Tabel 4.22**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**  
*Coefficients*

Model	<i>Standardized Coefficient</i>		<i>Standardized Coefficient</i>	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
<i>Contant</i>	5.706	2.150		2.654	.009
<i>Site Organization (X1)</i>	.586	.273	.185	2.145	.034
<i>Responsiveness (X2)</i>	.759	.284	.217	2.672	.009
<i>Reliability (X3)</i>	.262	.193	.114	1.358	.177
<i>User's Friendlines (X4)</i>	.875	.214	.354	4.081	.000
<i>Personal Needs (X5)</i>	.267	.255	0.78	1.047	.297
<i>Efficiency (X6)</i>	.122	.253	.034	.482	.631
Dependen Variabel : Kepuasan Nasabah (Y)					

Sumber: Output SPSS versi 26 Diolah (2021)

Pada tabel 4.22 diatas, dapat dilihat terdapat nilai koefisien regresi linier berganda. Nilai regresi dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* dimana pada nilai Constant 5,706 sedangkan nilai pada regresi *Site Organization (X1)* 0,586, *Responsiveness (X2)* 0,759, *Reliability (X3)*

0,262, *User's Friendliness* ( $X_4$ ) 0,875, *Personal Needs* ( $X_5$ ) 0,267, dan *Efficiency* ( $X_6$ ) 0,122. Maka dapat dikatakan persamaan regresi adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

$$Y = 5,706 + 0,586X_1 + 0,759X_2 + 0,262X_3 + 0,875X_4 + 0,267X_5 + 0,122X_6 + e$$

Maka dari persamaan diatas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. " $\alpha$ " adalah nilai konstanta pada persamaan regresi linier berganda yang memiliki nilai sebesar 5,706. Dalam persamaan tersebut memiliki arti apabila variabel Kepuasan Nasabah ( $Y$ ) tidak dipengaruhi oleh variabel *Site Organization* ( $X_1$ ), *Responsiveness* ( $X_2$ ), *Reliability* ( $X_3$ ), *User's Friendliness* ( $X_4$ ), *Personal Needs* ( $X_5$ ), dan *Efficiency* ( $X_6$ ).
2. Koefisien regresi *Site Organization* ( $X_1$ ) memiliki nilai sebesar 0,586 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu point pada variabel ( $X_1$ ) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,586.
3. Koefisien regresi *Responsiveness* ( $X_2$ ) memiliki nilai sebesar 0,759 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu point pada variabel ( $X_2$ ) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,759.
4. Koefisien regresi *Reliability* ( $X_3$ ) memiliki nilai sebesar 0,262 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu point pada variabel ( $X_3$ ) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,262.

5. Koefisien regresi *User's Friendliness* ( $X_4$ ) memiliki nilai sebesar 0,875 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu point pada variabel ( $X_4$ ) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,875.
6. Koefisien regresi *Personal Needs* ( $X_5$ ) memiliki nilai sebesar 0,267 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu point pada variabel ( $X_5$ ) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,267.
7. Koefisien regresi *Efficiency* ( $X_6$ ) memiliki nilai sebesar 0,122 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu point pada variabel ( $X_6$ ) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,122.
8. "e" adalah faktor yang dapat berpengaruh selain yang ada pada penelitian.

#### **4.1.7 Uji Hipotesis**

##### **4.1.7.1 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dinamakan juga R square merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen yang dapat menjelaskan variabel dependent (Ghozali, 2013:145). Nilai *R Square* yang kecil menunjukkan kemampuan pada variabel-variabel independent ke variabel dependent sangat terbatas atau kecil dan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai koefisien determinasi bahwasanya nilai  $0 < R^2 < 1$  yang memiliki arti nilai  $R^2$  mendekati nilai 1 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent mampu menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

memprediksi variabel dependent (Ghozali, 2013:145). Berikut merupakan hasil pemaparan dari uji koefisien determinan:

**Tabel 4.23**  
**Uji Koefisien Determinan**  
**Model Summary**

Model	R	R.Square	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate
1	.801	.641	.622	2.441
<i>Predictors Constanta, Site Organization (X1), Responsiveness (X2), Reliability (X3), User's Friendliness (X4), Personal Needs (X5), Efficiency (X6)</i>				

Sumber: Output SPSS versi 26 diolah (2021)

Pada tabel 4.23 diatas, output SPSS model *summary* diketahui *Adjusted Square* memiliki nilai sebesar 0,622 yang berarti menunjukkan sebanyak 62,2 % berkontribusi pada variabel bebas X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>4</sub>, X<sub>5</sub>, dan X<sub>6</sub> terhadap variabel terikat Y. sedangkan sisanya (100%-62,2%= 37,8%) hasilnya dijelaskan oleh variabel lain. Hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya *Site Organization, Responsiveness, Reliability, User's Friendliness, Personal Needs, dan Efficiency* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai sebesar 62,2%. Kemudian sisanya sejumlah 37,8% dijelaskan oleh variabel lain.

#### 4.1.7.1 Uji Parsial atau Uji t

Pada uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independent yang mempengaruhi variabel dependen secara signifikan (Ghozali, 2013:145). Dalam melakukan uji t memiliki ketentuan dimana membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Jika t hitung < t tabel maka H<sub>0</sub> diterima yaitu variabel independent tidak berpengaruh

terhadap variabel dependent. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yaitu variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent. Berikut merupakan hasil pemaparan dari uji t atau uji parsial:

**Tabel 4.24**  
**Uji t (Parsial)**  
**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
Constant	5.706	2.150		2.654	.009
Site Organization	.586	.273	.185	2.145	.034
Responsiveness	.759	.284	.217	2.672	.009
Reliability	.262	.193	.114	1.358	.177
User's Friendliness	.875	.214	.354	4.081	.000
Personal Needs	.267	.255	.078	1.047	.279
Efficiency	.122	.253	.034	.482	.631
Dependen Variabel Kepuasan Nasabah					

Sumber: Ouput SPSS versi 26 Diolah (2021)

Pada tabel diatas 4.24 diketahui bahwasanya hasil pada uji  $T_{hitung}$  masing-masing variabel dalam pemaparannya sebagai berikut:

1. Pengaruh antara *Site Organization* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasanya nilai  $T_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 2,145 dengan nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1.982. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya nilai  $T_{hitung} 2,145 > T_{tabel} 1,982$  dan nilai Sig  $0,034 < 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang memiliki kesimpulan *Site Organization* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh antara *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasanya nilai  $T_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 2,672 dengan nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1,982. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya nilai  $T_{hitung} 2,672 > T_{tabel} 1,982$  dan nilai Sig  $0,009 < 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang memiliki kesimpulan *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh antara *Reliability* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasanya nilai  $T_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 1,358 dengan nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1,982. Hal ini menunjukkan bahwasanya  $T_{hitung} 1,358 > T_{tabel} 1,982$  dan nilai Sig  $0,177 < 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang memiliki kesimpulan *Reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh antara *User's Friendliness* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasanya nilai  $T_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 4,081 dengan nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1,982. Hal ini menunjukkan bahwasanya  $T_{hitung} 4,081 > T_{tabel} 1,982$  dan nilai Sig  $0,000 < 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang memiliki kesimpulan *User's Friendliness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

5. Pengaruh antara *Personal Needs* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasanya nilai  $T_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 1,047 dengan nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1,982. Hal

tersebut menunjukkan bahwasanya  $T_{hitung} 1,047 < T_{tabel} 1,982$  dan nilai Sig  $0,297 > 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang memiliki kesimpulan *Personal Needs* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

6. Pengaruh antara *Efficiency* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasanya nilai  $T_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar 0,482 dengan nilai  $T_{tabel}$  sebesar 1,982. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya  $T_{hitung} 0,482 < T_{tabel} 1,982$  dan nilai Sig  $0,631 > 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang memiliki kesimpulan *Efficiency* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 *Site Organization* (X1) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dalam analisis regresi serta uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwasanya *site organization* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selain itu dapat dibuktikan melalui nilai  $T_{hitung} 2,145 > T_{tabel} 1,982$  dan nilai Sig  $0,034 < 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Memiliki pengaruh yang menjelaskan bahwa variabel *site organization* mengalami peningkatan dan kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan.

Dapat diinterpretasikan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta *site organization* dapat mempengaruhi peningkatan

kepuasan nasabah. *site organization* yang diberikan kepada nasabah sudah sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga *site organization* sangat penting untuk dipertahankan agar kepuasan nasabah tetap terjaga dan terjamin dengan baik. Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta memiliki prinsip yang dimana memberikan layanan *mobile banking* yang terbaik dengan hasilnya nasabah merasakan kepuasan. Dapat dikatakan dalam *site organization* yang mencangkup tentang desain web yang berisikan layanan secara tepat dan terperinci dimana dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Hal tersebut dapat dijadikan daya tarik nasabah dengan memberikan layanan yang visual dan tampilan awalnya yang menarik pada *site organization*. Hal tersebut dapat dilihat dalam firman Allah SWT pada surah Al- Baqarah ayat 267 tentang pelayanan, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ  
 وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ  
 وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ {267}

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau

mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji”.

Dalam ayat tersebut dapat ditarik kesimpulan, bahwasanya agama islam sangat penting sekali dalam memerhatikan pelayanan yang berkualitas dengan memberikan yang terbaik dalam pelayanannya, bukan sebaliknya. Layanan yang baik bukan hanya memberikan layanan saja melainkan juga mengerti dan merasakan apa yang diinginkan nasabah. Dengan memberikan layanan tersebut dapat menumbuhkan sikap nasabah merasakan kepuasan dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini mendukung oleh (Raza et al., 2020; Muslim, 2016; Sethio & Siagian, 2018; Anindhita 2019) yang menyatakan bahwa *site organization* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasilnya dalam penelitian dahulu mengatakan semakin baik layanan *site organization* yang dilakukan secara cepat dan tepat dalam situs web maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat, serta memberikan keuntungan bagi Bank Syariah Indonesia.

#### **4.2.2 Responsiveness (X<sub>2</sub>) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya pada analisis regresi serta uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwasanya responsiveness memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selain itu dapat dibuktikan melalui nilai  $T_{hitung} 2,672 > T_{tabel} 1,982$  dan nilai Sig  $0,009 < 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, memiliki pengaruh

yang menjelaskan bahwa variabel *responsiveness* mengalami peningkatan dan kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan.

Dapat diinterpretasikan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta *responsiveness* dapat mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah. *Responsiveness* yang diberikan kepada nasabah sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah. Sehingga *responsiveness* sangat penting untuk dipertahankan agar kepuasan nasabah tetap terjaga dan terjamin dengan baik. Layanan secara *responsiveness* merupakan kewajiban yang dilakukan oleh karyawan dengan tepat dan tanggap kepada nasabah. Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta ketika memberikan layanan dengan cepat dan tanggap dalam merespon nasabah. Selain itu layanan yang diberikan sesuai dengan waktu yang ditentukan dengan memegang prinsip bertanggung jawab atas apa yang dilakukan dengan layanan secara online.

Hasil penelitian ini mendukung (Anindhita, 2019; Hammoud et al., 2018; Fany & Tricahyono, 2014; Sethio & Siagian, 2018) yang mengatakan bahwa *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Bahwasanya *responsiveness* merupakan layanan yang diberikan kepada nasabah dengan cara memberikan layanan secara tepat dan tanggap. Hal ini dapat dikatakan *responsiveness* memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan nasabah dalam Bank Syariah Indonesia.

#### 4.2.3 *Reliability* (X<sub>3</sub>) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dalam analisis regresi serta uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwasanya *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selain itu dapat dibuktikan melalui nilai  $T_{hitung} 1,358 < T_{tabel} 1,982$  dan nilai  $Sig 0,177 > 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang memiliki pengaruh yang menjelaskan bahwa variabel *reliability* transaksi *mobile banking* bebas dari kesalahan, layanan *mobile banking* memiliki keamanan yang memadai serta layanan *mobile banking* memberikan waktu yang dijanjikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa nasabah belum merasa puas terhadap *reliability* (keandalan) elektronik kualitas layanan Bank Syariah Indonesia. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden yang mengatakan bahwa masih seringnya terjadi trouble pada layanan *mobile banking*, seperti terdebetnya transfer sebanyak dua kali.

Dapat diinterpretasikan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta *reliability* tidak dapat mempengaruhi penurunan kepuasan nasabah. *Reliability* yang diberikan kepada nasabah belum sesuai dengan yang diinginkan nasabah. Selain itu belum mampu memenuhi kebutuhan nasabah yang berupa layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi masih terjadi trouble. Hal tersebut dapat dikatakan dalam melakukan layanan *mobile banking* masih belum memenuhi kebutuhan nasabah dengan baik. Sehingga perlu membentuk strategi baru dengan cara meningkatkan

layanan dengan cepat, tepat, dan akurat dengan hasilnya nasabah merasakan kepuasan.

Hasil penelitian ini mendukung (Yusnaini, 2010) yang mengatakan bahwasanya dalam penelitian tersebut variabel *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, melainkan terdapat faktor lain yang dikatakan oleh nasabah yaitu kesetiaan pelanggan. Dimana dapat dikatakan bahwasanya *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah melainkan dapat berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan. Selain itu berbanding terbalik dengan (Anindhita, 2019) yang mengatakan bahwasanya variabel *reliability* mengatakan terdapat pengaruh dengan kepuasan nasabah.

#### **4.2.4 *User's Friendliness* (X<sub>4</sub>) Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dalam analisis regresi serta uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwasanya *user's friendliness* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selain itu dapat dibuktikan melalui nilai  $T_{hitung} 4,081 > T_{tabel} 1,982$  dan nilai  $Sig 0,000 < 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang memiliki pengaruh yang menjelaskan bahwa variabel *user's friendliness* mengalami peningkatan dan kepuasan juga mengalami peningkatan.

Dapat diinterpretasikan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta *user's friendliness* dapat mempengaruhi peningkatan dan penurunan kepuasan nasabah. *User's friendliness* yang diberikan kepada

nasabah sudah sesuai dengan yang diinginkan. Sehingga *user's friendliness* sangat penting untuk dipertahankan agar kepuasan nasabah tetap terjaga dan terjamin dengan baik. Nasabah mengatakan sesuai dikarenakan didalam layanan *mobile banking* situs web dapat diakses dengan mudah, selain itu petunjuk dan halaman situs web tidak di privasi. Hal memberikan nasabah merasakan kepuasan tersendiri dalam mengoperasikan situs web dengan mudah.

Layanan dalam *user's friendliness* yang diberikan oleh nasabah pada saat mengalami gangguan dalam melakukan transaksi nasabah merasakan kepuasan. Penelitian ini mendukung (Raza et al., 2020; Anindhita, 2019; Muslim, 2016 ) yang hasilnya menyatakan bahwa *user's friendliness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwasanya *user's friendliness* ketika memberikan layanan pada saat nasabah mengalami gangguan (permasalahan) nasabah secara mudah melakukan layanan dengan baik.

#### **4.2.5 Pengaruh Personal Needs (X<sub>5</sub>) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dalam analisis regresi serta uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwasanya *personal needs* tidak pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selain itu dapat dibuktikan melalui nilai  $T_{hitung} 1,047 < T_{tabel} 1,982$  dan nilai  $Sig 0,297 > 0,05$ . Dapat dikatakan Ho diterima dan Ha ditolak yang dapat dikatakan tidak berpengaruh yang menjelaskan bahwa *personal needs* merasa aman dalam

menggunakan layanan *mobile banking*, serta merasakan kebutuhan pribadi terpenuhi dalam menggunakan layanan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa nasabah belum merasa puas terhadap *personal needs* elektronik kualitas layanan Bank Syariah Indonesia. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden yang mengatakan bahwa masih banyak fitur-fitur yang belum ada dalam layanan *mobile banking*.

Dapat diinterpretasikan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta *personal needs* tidak dapat memberikan pengaruh peningkatan dan penurunan kepuasan nasabah. *Personal needs* yang ada dalam layanan *mobile banking* belum sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Hal tersebut dapat dikatakan bahwasanya nasabah dalam melakukan layanan masih belum terjamin keamanannya, serta kebutuhan pribadi masih belum terpenuhi dengan baik. Sehingga dapat melakukan strategi yang dimana nasabah akan merasakan kepuasan dengan melakukan layanan secara online, salah satunya dengan memberikan keamanan yang lebih ketat dan memperbaiki kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung (Arcand et al., 2017) yang hasilnya menyatakan bahwasanya *personal needs* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Apabila *personal needs* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah maka didalam layanan yang diberikan masih belum memenuhi keinginan nasabah secara pribadi seperti fitur-fitur yang berada

di Bank Syariah Indonesia dalam layanan *mobile banking* belum dapat dikatakan nasabah merasakan kepuasan.

#### 4.2.6 *Efficiency* (X<sub>6</sub>) Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dalam analisis regresi serta uji hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwasanya *efficiency* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selain itu dapat dibuktikan melalui nilai  $T_{hitung} 0,482 < T_{tabel} 1,982$  dan nilai  $Sig 0,631 > 0,05$ . Dapat dikatakan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang dapat dikatakan tidak berpengaruh, yang menjelaskan bahwa *efficiency* layanan *mobile banking* mudah digunakan dalam menemukan apa saja yang dibutuhkan di situs web, serta dapat melakukan transaksi dengan cepat didalam situs web secara online tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa nasabah belum merasa puas terhadap *efficiency* elektronik kualitas layanan Bank Syariah Indonesia. Seperti hasil pembuktian layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi menunya masih belum secara langsung, dapat dikatakan layanan *mobile banking* dalam *efficiency* untuk mencari fitur-fiturnya masih mengalami permasalahan.

Dapat diinterpretasikan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta *efficiency* tidak dapat mempengaruhi peningkatan dan penurunan kepuasan nasabah. *Efficiency* yang diberikan layanan tersebut belum sesuai dengan yang diinginkan nasabah. Hal tersebut dapat dikatakan

layanan yang berada dalam situs web masih belum memenuhi kebutuhan nasabah, selain itu transaksi pada saat melakukan layanan dalam situs web terkadang masih mengalami eror server. Sehingga perlu diadakannya strategi dengan meningkatkan teknologi dengan cepat ketika nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

Penelitian ini didukung oleh (Fany & Tricahyono, 2014) yang hasilnya mengatakan bahwasanya *efficiency* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dimana *efficiency* merupakan jawaban yang diberikan kepada nasabah secara efisien melalui web dengan cepat dan tanggap belum terpenuhi dengan baik.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwasanya dari enam variabel E-Kualitas Layanan terdapat tiga variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Tiga variabel tersebut adalah *site organization* ( $X_1$ ), *responsiveness* ( $X_2$ ), dan *user's friendliness* ( $X_4$ ). Selain itu terdapat tiga variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah variabel tersebut antara lain *reliability* ( $X_3$ ), *personal needs* ( $X_5$ ), dan *efficiency* ( $X_6$ ).

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan bab ini dimana dalam pemaparan hasil dan pembahasan penelitian yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan dan saran bagi Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta. Saran tersebut bukan hanya bagi Bank Syariah Indonesia saja tetapi juga untuk peneliti dengan tujuan menyempurnakan pada penelitian:

1. **Site Organization berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

*Site organization* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut didalam layanan *mobile banking site organization* sudah dapat dikatakan memenuhi apa yang diinginkan nasabah. Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta membentuk layanan tersebut dengan tampilan awalan pada situs web dibuat semenarik mungkin dengan menarik nasabah. *Site Organization* mencangkup tentang desain web yang berisikan layanan secara tepat dan terperinci sehingga dapat meningkatkan nasabah dalam Bank Syariah Indonesia.

2. **Responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

*Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dapat dikatakan mempengaruhi karena nasabah merasakan kepuasan ketika menggunakan layanan *mobile banking* mereka merasakan respon yang baik. Bank Syariah Indonesia sudah sesuai dengan yang diinginkan nasabah.

*Responsiveness* merupakan kewajiban yang dilakukan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan tanggap kepada nasabah pada Bank Syariah Indonesia.

3. ***Reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

*Reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dikarenakan nasabah dalam melakukan layanannya masih belum memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satunya mungkin dikarenakan layanan dalam melakukan transaksi masih terjadi kesalahan, maka dari itu nasabah masih belum merasakan kepuasan. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden yang mengatakan bahwa masih sering terjadi trouble pada layanan *mobile banking*, seperti terdebetnya transfer sebanyak dua kali.

4. ***User's Friendliness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

*User's friendliness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dapat dikatakan situs web yang ada dalam layanan *mobile banking* mudah digunakan oleh nasabah maka dari itu nasabah merasakan kepuasan tersendiri dalam menggunakan layanan *mobile banking*. *User's Friendliness* dapat memberikan kepuasan dalam mengalami gangguan pada saat melakukan transaksi yang dimana memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan.

5. ***Personal Needs* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

*Personal needs* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dikarenakan nasabah belum merasakan kepuasan dimana kebutuhan para pengguna layanan *mobile banking* dalam *personal needs*. Dalam melakukan

transaksi untuk keamanannya sendiri masih belum dapat dikatakan baik. Seperti hasil wawancara dengan salah satu responden yang mengatakan bahwa masih banyak fitur-fitur yang belum ada dalam layanan *mobile banking*.

#### 6. ***Efficiency* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah**

*Efficiency* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut dikarenakan nasabah masih belum terpenuhi kebutuhannya. Seperti hasil pembuktian layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi menunya masih belum secara langsung, dapat dikatakan layanan *mobile banking* dalam *efficiency* untuk mencari fitur-fiturnya masih mengalami permasalahan.

Adapun penelitian diatas dapat dikatakan dalam E-Kualitas layanan yang terdiri dari enam variabel yaitu *site organization*( $X_1$ ), *responsiveness* ( $X_2$ ), *reliability* ( $X_3$ ), *user's friendliness* ( $X_4$ ), *personal needs* ( $X_5$ ), *efficiency* ( $X_6$ ). Dimana dalam 6 variabel terdapat variabel yang mempengaruhi dan terdapat pula yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

### 5.2 Saran

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Malang Soekarno Hatta
  - a. Meningkatkan kembali faktor yang mempengaruhi *reliability* sehingga kedepannya tidak menyebabkan penurunan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Seperti memperbaiki fasilitas

yang diperlukan nasabah dalam melakukan transaksi layanan *mobile banking*.

- b. Meningkatkan kembali faktor yang mempengaruhi *Personal Needs* sehingga kedepannya tidak menyebabkan penurunan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Seperti melengkapi fitur-fitur yang belum ada dalam layanan *mobile banking* guna untuk memenuhi kebutuhan nasabah.
- c. Meningkatkan kembali faktor yang mempengaruhi *Efficiency* sehingga kedepannya tidak menyebabkan penurunan kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Seperti memperbaiki fitur-fitur yang ada dalam layanan *mobile banking* sehingga nasabah mudah menggunakannya.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel selain yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk kedepannya dapat menambahkan variabel *emphaty*.
- b. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penyempurnaan penelitian dengan menggali faktor-faktor yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, RE., & Srinivasan, SS. (2003). E-Kepuasan Dan E-Loyalty Kerangka Kontingensi. *Psikologi Dan Pemasaran*, 20(2), 123–38.
- Anindhita, Imam Basri. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking. *Jurnal Ekonomi*, 2(1),1–14.
- Arcand, Manon., Sandrine., Brun, Isabelle., & Rajaobelina, Lova. (2017). Mobile Banking Service Quality and Customer Relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7),1066–87.
- Armstrong. (2012). *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 13*.
- Bauer, HH, Falk, T., & Hammerschmidt, M. (2006). E-TransQual Berbasis Proses Transaksi Pendekatan Untuk Menangkap Kualitas Layanan Dalam Belanja Online. *Jurnal Riset Bisnis*, 59(1), 866–75.
- Bitner, M Brown, SW., & Meuter, ML. (2000). Infus Teknologi Dalam Pertemuan Layanan.*Jurnal Akademika Ilmu Pemasaran*, 28(1), 138–49.
- Black, Childers., & Vincent. (2014). Karakteristik Layanan. *Jurnal Pemasaran Jasa*, 28(3), 276–91.
- Famiyeh, Samuel., Darko, Disrael., & Kwarteg, Amoako. (2017). Service Quality, Customer Satisfaction, and Loyalty in the Banking Sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 8(1),117-127.
- Fany, Eka Putri., & Tricahyono, Dodie. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan

Elektronik ( E -Servqual ) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking ( Studi Kasus Pada Bri Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014 ) the Impact of Electronic Service Quality ( E-Servqual ) Servqual.”

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 21*. Jakarta: Universita Diponegoro.

Hammoud, Jamil., Rima, M, Bizri., & Ibrahim El Baba. (2018). The Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence From the Lebanese Banking Sector. *Jurnal Marketing*, 8(3), 218-230

Herington, C., & Weaven, S. (2009). Kualitas Layanan Elektronik Dan Pentingnya Kepuasan Nasabah. *Jurnal Pemasaran Eropa*, 43(12), 20–31.

Kasiram, Mohammad. (2008). *Metodelogi Penelitian*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Lee, Gwo-guang., & Hsiu-fen, Lin. (2005). Customer Perceptions of E-Service Quality in Online Shopping. *Jurnal Market*, 33(2), 161–76.

Lutsik, O. (2004). *Bisakah Layanan E-Banking Menguntungkan*.

Moleong, Lexy . (2010). *Metodelogi Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Salemba.

Muslim, Amin. (2016). Internet Banking Service Quality and Its Implication on E-Customer Satisfaction and e-Customer Loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280–306.

- Parasuraman, A., Valarie A., Zeithaml., & Leonard L. Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Purhantara, Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rachadika, Khairul Ibnu., & Nasution, M. (2020). Pemanfaatan Internet Terhadap Perkembangan Industri. *Jurnal Komunikasi*, 2(1), 34–48.
- Raza, Syed Ali., Amna,Umer., Muhammad, Asif, Qureshi., & Abdul, Samad, Dahri. (2020). Internet Banking Service Quality, e-Customer Satisfaction and Loyalty: The Modified e-SERVQUAL Model. *TQM Journal*, 32(6), 1443–66.
- Rowley, J. (2016). Pemasaran Informasi. *Jurnal Teknologi Informasi*, 23(1), 54-67.
- Sethio, Dwijaya Elwin., & Siagian, Hotlan. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Perceived Value Dan Kepuasan Pelanggan Tokopedia. 6(2), 114-120.
- Steege, Yoon. (2013). Pengembangan Model Kuantitatif Dampak Pelanggan Kepribadian Dan Persepsi Tentang Pengguna Internet Banking. 29(11), 33–41.
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kebijakan*. Bandung : Alfabeta.

Taylor, SA., & Cronin. (1994). Memodelkan Kepuasan Pasien Dan Kualitas Layanan. *Jurnal Pemasaran*, 14(5), 110-125.

Tjiptono, Fandy. (2016). *Marketing Scales*. Penerbit Andi.

Trisnawati, Olivia., & Fahmi, Syaifuddin. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik ( E-Servqual ) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Pemasaran*, 4(1), 174–84.

Trisya, Riana., & Teofilus. (2016). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Nilai Jasa Yang Diterima Dan Kepuasan Konsumen ( Studi Empiris: Aplikasi GO-JEK). 5(1), 33–44.

Yusnaini. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 2(1), 130-145.

Zeithaml et al., (2002). Kualitas Layanan Pengiriman Melalui Web Aitus Tinjauan Kritis Terhadap Pengetahuan Yang Masih Ada. *Jurnal Akademika Ilmu Pemasaran*, 30(3), 62–75.

Zeithaml, V. P. (2001). *Kerangka Konseptual Untuk Memahami Kualitas Layanan*.

[www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com) diakses pada 25 Februari 2021

[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) diakses pada 25 Februari 2021

<https://infobanknews.com> diakses pada 18 Mei 2021

lampiran 1

## KUESIONER PENELITIAN

**Kepada**

**Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i**

**Responden**

**Di Tempat**

Dalam memenuhi tugas akhir perkuliahan saya Kristi Fiki Andrayani mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Maka akan melakukan penelitian dengan judul **“Determinan Kepuasan Nasabah Elektronik *Mobile Banking* Bank Syariah Pendekatan E-Kualitas Layanan”**, yang mana dalam penelitian ini memerlukan penyebaran kuesioner kepada responden untuk menunjang adanya penelitian. Partisipasi anda sangat diperlukan dalam penelitian ini, ucapan terima kasih apabila anda telah suka rela menjadi salah satu responden yang menjawab pertanyaan dalam penelitian ini. Kuisisioner ini diharapkan diisi dengan pengalaman anda setelah melakukan layanan secara online melalui aplikasi *mobile banking*. Selain itu juga dalam melakukan pengisian harap diisi dengan jujur, karena data tersebut akan diperhatikan kerahasiaan mengingat data ini hanya digunakan untuk penelitian saja. Diharapkan dalam mengisi pertanyaan yang diberikan dapat diisi dengan berurutan dan memberi tanda centang (✓) pada pertanyaan yang sesuai.

Kode petunjuk pertanyaan:

Sangat baik / sangat setuju (SS)	5
Baik / setuju (S)	4
Ragu-ragu / Kurang Setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak baik / sangat tidak setuju (STS)	1

## **Identitas Responden**

**1. Nama:**

**2. Usia:**

- a. 15-25<sup>th</sup>
- b. 16-34<sup>th</sup>
- c. 35-45<sup>th</sup>
- d. >45<sup>th</sup>

**3. Jenis Kelamin**

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

**4. Pekerjaan**

- a. PNS
- b. Pegawai Swasta
- c. Wiraswasta
- d. Petani
- e. Pelajar/Mahasiswa
- f. Lain-lain

### **A. Screening**

- 1. Apakah anda telah menggunakan layanan *mobile banking*?
  - a. Ya
  - b. Tidak
- 2. Apakah anda menggunakan layanan *mobile banking* sebanyak 3 kali?
  - a. Ya
  - b. Tidak

**B. Isilah pertanyaan dibawah ini dengan tanda centang (✓)**

**1. E-Kualitas Layanan**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Layanan <i>mobile banking</i> dalam perbankan syariah secara visual menarik					
	Tampilan (awal) pada web situs organisasi sudah terorganisasi dengan baik.					
2	Saya pikir perbankan online memberikan layanan dengan respon yang baik.					
	Saya percaya layanan <i>mobile banking</i> memberikan respon dengan cepat.					
	Layanan <i>mobile banking</i> sesuai dengan waktu yang ditentukan.					
3	Transaksi pada <i>mobile banking</i> bebas dari kesalahan.					
	Layanan <i>mobile banking</i> memiliki keamanan yang memadai.					
	Layanan <i>mobile banking</i> memberikan layanan pada waktu yang dijanjikan.					
4	Situs web layanan <i>mobile banking</i> dapat diakses dengan mudah.					
	Arahan atau petunjuk pada situs web mobile banking sangat mudah.					
	Halaman situs web online tidak di privasi (nasabah dapat mengakses).					
5	Saya merasa aman dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .					
	Saya merasakan kebutuhan pribadi saya terpenuhi, dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .					
6	Layanan <i>mobile banking</i> mudah digunakan dalam menemukan apa yang saya butuhkan melalui situs web.					
	Saya dapat melakukan transaksi dengan cepat didalam situs web secara online.					

## 2. Kepuasan Nasabah

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Fasilitas <i>mobile banking</i> mudah digunakan dan dioperasikan					
	Layanan <i>mobile banking</i> situs organisasi mudah digunakan					
2	Layanan <i>mobile banking</i> memberikan layanan sesuai dengan yang ditentukan					
3	Setelah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> memiliki rasa bangga atau senang					
4	Saya merasa puas saat saya dapat mengoperasikan layanan <i>mobile banking</i> secara mandiri					
5	Penggunaan layanan <i>mobile banking</i> memudahkan untuk memenuhi kebutuhan saya					
	Layanan <i>mobile banking</i> dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja					
6	Layanan <i>mobile banking</i> dalam melakukan transaksi dapat dilakukan dengan cepat efektif dan efisien					

## LAMPIRAN

Lampiran 2 Uji Instrumen

Variabel Site Organization

Validitas

### Correlations

		X1.1	X1.2	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.600**	.896**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	.600**	1	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	120	120	120
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.896**	.893**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	120	120	120

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

Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.750	.750	2

Variabel *Responsiveness*

Validitas

### Correlations

		X2.1	X2.2	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.525**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.525**	1	.866**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	120	120	120
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.880**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	120	120	120

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

## Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.688	.688	2

## Variabel *Reliability*

## Validitas

### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.412**	.356**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120
X3.2	Pearson Correlation	.412**	1	.383**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120
X3.3	Pearson Correlation	.356**	.383**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.815**	.756**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120

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

Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.642	.652	3

Variabel User's Friendliness

Validitas

**Correlations**

		X4.1	X4.2	X4.3	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.557**	.203*	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.026	.000
	N	120	120	120	120
X4.2	Pearson Correlation	.557**	1	.394**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120
X4.3	Pearson Correlation	.203*	.394**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.026	.000		.000
	N	120	120	120	120
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.729**	.843**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120

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

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

Reliabilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.644	.652	3

## Variabel *Personal Needs*

### Validitas

#### Correlations

		X5.1	X5.2	TOTAL_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.481**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	120	120	120
X5.2	Pearson Correlation	.481**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	120	120	120
TOTAL_X5	Pearson Correlation	.855**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	120	120	120

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

### Reliabilitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.649	.650	2



Y3	Pearson Correlation	.669**	.546**	1	.433**	.479**	.532**	.388**	.414**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y4	Pearson Correlation	.343**	.311**	.433**	1	.617**	.453**	.108	.295**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.241	.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y5	Pearson Correlation	.502**	.333**	.479**	.617**	1	.497**	.384**	.311**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y6	Pearson Correlation	.520**	.395**	.532**	.453**	.497**	1	.435**	.574**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y7	Pearson Correlation	.466**	.325**	.388**	.108	.384**	.435**	1	.484**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.241	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Y8	Pearson Correlation	.535**	.343**	.414**	.295**	.311**	.574**	.484**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.801**	.662**	.781**	.635**	.724**	.772**	.634**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

## Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.859	.861	8

## Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37852139
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.046
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### 2. Uji Multikoloniaritas

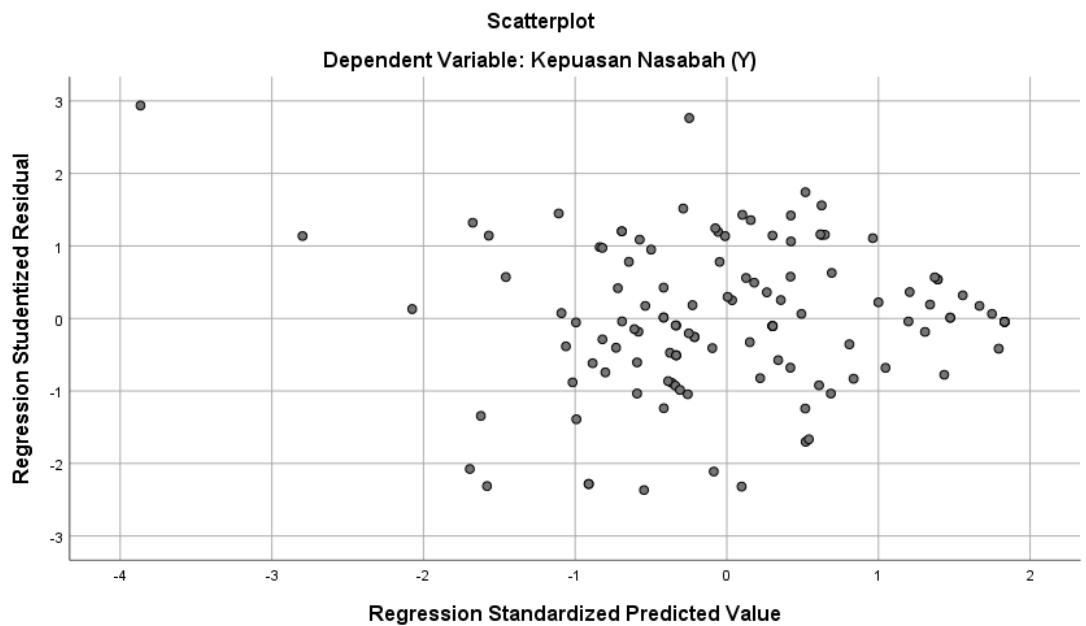
#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	5.706	2.150		2.654	.009		
	Site Organization (X1)	.586	.273	.185	2.145	.034	.426	2.348
	Responsiveness (X2)	.759	.284	.217	2.672	.009	.482	2.075
	Reliability (X3)	.262	.193	.114	1.358	.177	.453	2.207
	User's Friendliness (X4)	.875	.214	.354	4.081	.000	.421	2.373
	Personal Needs (X5)	.267	.255	.078	1.047	.297	.567	1.763

Efficiency (X6)	.122	.253	.034	.482	.631	.623	1.605
-----------------	------	------	------	------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

### 3. Uji Heteroskedasitas



### 4. Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.801 <sup>a</sup>	.641	.622	2.441	2.144

a. Predictors: (Constant), Efficiency (X6), Site Organization (X1), Responsiveness (X2), Personal Needs (X5), Reliability (X3), User's Friendliness (X4)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

### 5. Uji Linieritas

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
	Between Groups	(Combined)	893.724	6	148.954	17.157	.000
		Linearity	808.339	1	808.339	93.105	.000

Kepuasan Nasabah	Deviation from	85.385	5	17.077	1.967	.089
* Site Organization	Linearity					
(X1)	Within Groups	981.068	113	8.682		
	Total	1874.792	119			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah	Between	(Combined)	829.610	5	165.922	18.097	.000
* Responsiveness	Groups	Linearity	800.229	1	800.229	87.282	.000
(X2)		Deviation from Linearity	29.381	4	7.345	.801	.527
	Within Groups		1045.182	114	9.168		
	Total		1874.792	119			

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah	Between	(Combined)	643.662	8	80.458	7.254	.000
* Reliability (X3)	Groups	Linearity	604.968	1	604.968	54.545	.000
		Deviation from Linearity	38.694	7	5.528	.498	.834
	Within Groups		1231.130	111	11.091		
	Total		1874.792	119			

**ANOVA Table**

			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
Kepuasan Nasabah * User's Freindlines(X4)	Between	(Combined)	987.421	7	141.060	17.804	.000
	Groups	Linearity	960.192	1	960.192	121.191	.000
		Deviation from Linearity	27.229	6	4.538	.573	.751
		Within Groups	887.371	112	7.923		
	Total		1874.792	119			

**ANOVA Table**

			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
Kepuasan Nasabah * Personal Needs (X5)	Between	(Combined)	670.946	5	134.189	12.707	.000
	Groups	Linearity	555.979	1	555.979	52.649	.000
		Deviation from Linearity	114.967	4	28.742	2.722	.033
		Within Groups	1203.846	114	10.560		
	Total		1874.792	119			

**ANOVA Table**

			Sum of	df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
Kepuasan Nasabah * Efficiency (X6)	Between	(Combined)	509.715	5	101.943	8.513	.000
	Groups	Linearity	430.606	1	430.606	35.961	.000
		Deviation from Linearity	79.110	4	19.777	1.652	.166
		Within Groups	1365.076	114	11.974		
	Total		1874.792	119			

## Lampiran 4 Uji Hipotesis

### 1. Uji Regresi Linier Berganda

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.706	2.150		2.654	.009
	Site Organization (X1)	.586	.273	.185	2.145	.034
	Responsiveness (X2)	.759	.284	.217	2.672	.009
	Reliability(X3)	.262	.193	.114	1.358	.177
	User's Friendliness (X4)	.875	.214	.354	4.081	.000
	Personal Needs (X5)	.267	.255	.078	1.047	.297
	Efficiency (X6)	.122	.253	.034	.482	.631

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

### 2. Uji Koefisien Determinan

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 <sup>a</sup>	.641	.622	2.441

a. Predictors: (Constant), Efficiency (X6), Site Organization (X1), Responsiveness (X2), Personal Needs (X5), Reliability (X3), User's Friendliness(X4)

### 3. Uji Parsial (uji t)

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.706	2.150		2.654	.009
	Site Organization (X1)	.586	.273	.185	2.145	.034
	Responsiveness (X2)	.759	.284	.217	2.672	.009
	Reliability (X3)	.262	.193	.114	1.358	.177
	User's Friendliness(X4)	.875	.214	.354	4.081	.000
	Personal Needs (X5)	.267	.255	.078	1.047	.297

Efficiency (X6)	.122	.253	.034	.482	.631
-----------------	------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

No	SO (X1)		TOTAL SKOR	Responsiveness (X2)		TOTAL SKOR
	x1.1	x1.2	X1	x2.1	x2.2	X2
1	4	3	7	4	5	9
2	4	4	8	4	3	7
3	5	4	9	5	4	9
4	5	5	10	5	4	9
5	4	4	8	4	4	8
6	5	4	9	5	5	10
7	5	4	9	5	5	10
8	5	5	10	4	4	8
9	4	5	9	4	5	9
10	4	3	7	4	3	7
11	4	5	9	4	5	9
12	4	4	8	5	4	9
13	4	4	8	4	4	8
14	4	3	7	4	4	8
15	4	4	8	4	4	8
16	4	4	8	4	4	8
17	4	4	8	4	4	8
18	4	4	8	4	4	8
19	2	2	4	2	2	4
20	4	4	8	4	4	8
21	4	4	8	4	4	8
22	4	4	8	4	4	8
23	5	4	9	5	5	10
24	4	4	8	3	4	7
25	4	4	8	5	3	8
26	4	4	8	4	4	8
27	4	4	8	4	4	8
28	4	4	8	4	4	8
29	4	4	8	5	4	9
30	3	4	7	4	4	8
31	4	4	8	3	4	7
32	4	4	8	5	4	9
33	4	3	7	4	4	8
34	5	5	10	5	5	10
35	5	5	10	5	5	10
36	5	5	10	5	5	10
37	4	4	8	4	5	9
38	4	3	7	3	4	7

39	5	5	10	5	5	10
40	5	5	10	5	5	10
41	5	5	10	5	5	10
42	5	4	9	5	4	9
43	4	5	9	3	5	8
44	4	4	8	4	4	8
45	4	4	8	4	4	8
46	3	4	7	3	4	7
47	5	5	10	5	5	10
48	5	5	10	5	5	10
49	5	5	10	4	4	8
50	4	4	8	5	4	9
51	4	4	8	3	5	8
52	4	4	8	4	5	9
53	4	4	8	4	4	8
54	5	5	10	4	5	9
55	5	5	10	5	5	10
56	5	4	9	5	4	9
57	5	5	10	5	5	10
58	4	4	8	4	4	8
59	4	3	7	4	4	8
60	4	3	7	5	5	10
61	4	4	8	5	5	10
62	4	4	8	5	4	9
63	4	3	7	5	4	9
64	4	4	8	5	4	9
65	4	5	9	5	4	9
66	5	4	9	5	5	10
67	3	4	7	4	4	8
68	4	4	8	4	4	8
69	3	4	7	4	3	7
70	4	4	8	5	5	10
71	3	4	7	4	5	9
72	5	5	10	5	5	10
73	5	5	10	5	5	10
74	3	3	6	4	4	8
75	3	4	7	4	5	9
76	4	3	7	5	5	10
77	3	3	6	4	4	8
78	4	4	8	4	4	8
79	4	4	8	4	4	8

80	4	4	8	5	5	10
81	3	4	7	4	3	7
82	3	4	7	3	4	7
83	3	2	5	5	5	10
84	4	5	9	5	4	9
85	4	3	7	5	5	10
86	3	4	7	5	4	9
87	4	4	8	4	4	8
88	5	4	9	5	5	10
89	4	4	8	4	4	8
90	3	4	7	4	4	8
91	3	2	5	3	3	6
92	4	4	8	5	5	10
93	5	5	10	5	5	10
94	4	4	8	5	4	9
95	5	5	10	5	5	10
96	5	3	8	4	4	8
97	5	4	9	5	5	10
98	5	5	10	5	5	10
99	5	4	9	5	5	10
100	4	4	8	5	4	9
101	4	5	9	4	4	8
102	4	4	8	4	4	8
103	2	3	5	4	4	8
104	4	4	8	4	4	8
105	5	4	9	4	4	8
106	5	5	10	5	5	10
107	3	3	6	5	5	10
108	4	4	8	4	4	8
109	3	3	6	3	3	6
110	4	4	8	4	3	7
111	4	3	7	5	5	10
112	4	4	8	4	4	8
113	5	5	10	4	4	8
114	5	4	9	5	5	10
115	4	4	8	4	5	9
116	5	5	10	5	5	10
117	5	5	10	4	4	8
118	5	4	9	3	4	7
119	4	4	8	5	5	10
120	5	4	9	4	4	8

No	Reliability (X3)			TOTAL SKOR	User's Friendlines (X4)			TOTAL SKOR
	x3.1	x3.2	x3.3	X3	x4.1	x4.2	x4.3	X4
1	4	5	5	14	3	3	3	9
2	4	3	3	10	4	4	3	11
3	5	4	4	13	4	4	5	13
4	3	4	5	12	5	4	3	12
5	3	4	4	11	4	4	3	11
6	3	5	4	12	5	4	5	14
7	5	5	5	15	4	5	3	12
8	4	3	5	12	5	5	4	14
9	4	5	4	13	4	5	4	13
10	2	3	3	8	4	4	3	11
11	4	5	5	14	4	4	4	12
12	3	4	3	10	5	5	5	15
13	4	4	4	12	4	4	4	12
14	2	3	3	8	4	4	4	12
15	3	4	4	11	5	4	2	11
16	3	4	4	11	5	4	2	11
17	4	4	4	12	5	5	4	14
18	4	4	4	12	5	5	4	14
19	3	3	3	9	3	2	3	8
20	5	4	4	13	4	4	4	12
21	5	4	4	13	4	4	4	12
22	3	4	3	10	4	4	4	12
23	4	4	5	13	5	4	4	13
24	3	4	3	10	4	3	3	10
25	5	4	4	13	4	3	3	10
26	3	4	4	11	4	4	4	12
27	3	4	4	11	4	4	4	12
28	3	4	4	11	4	4	4	12
29	3	4	4	11	5	4	4	13
30	2	4	4	10	5	4	4	13
31	2	4	5	11	5	4	4	13
32	2	4	4	10	4	4	3	11
33	3	4	4	11	5	4	4	13
34	5	5	5	15	5	5	5	15
35	5	5	5	15	5	4	5	14
36	5	5	5	15	5	5	4	14
37	3	4	4	11	4	4	5	13

38	4	4	4	12	4	3	4	11
39	5	3	5	13	5	5	5	15
40	5	5	5	15	5	5	5	15
41	5	4	5	14	5	5	5	15
42	5	4	4	13	5	3	3	11
43	3	3	2	8	5	5	5	15
44	3	3	4	10	4	4	4	12
45	3	4	4	11	4	4	4	12
46	2	3	3	8	3	3	3	9
47	3	3	5	11	5	5	5	15
48	5	5	5	15	5	5	5	15
49	4	4	4	12	4	4	4	12
50	3	5	4	12	4	4	4	12
51	2	2	3	7	4	4	4	12
52	4	4	4	12	4	4	4	12
53	4	4	4	12	4	4	4	12
54	4	4	5	13	4	4	4	12
55	5	5	5	15	5	5	5	15
56	4	4	4	12	5	5	4	14
57	3	5	5	13	5	4	5	14
58	4	4	4	12	4	4	4	12
59	3	4	5	12	3	4	4	11
60	4	4	4	12	4	3	3	10
61	4	4	4	12	5	4	4	13
62	3	5	3	11	5	5	4	14
63	3	4	4	11	4	4	4	12
64	5	3	4	12	5	4	3	12
65	4	4	5	13	5	4	4	13
66	4	4	5	13	5	5	4	14
67	3	3	4	10	5	5	5	15
68	4	4	4	12	5	5	4	14
69	4	4	4	12	4	4	3	11
70	4	5	4	13	3	4	5	12
71	3	3	4	10	5	4	3	12
72	4	5	5	14	4	5	5	14
73	4	5	5	14	4	5	5	14
74	3	4	4	11	4	3	4	11
75	2	3	5	10	4	5	4	13
76	4	4	4	12	4	3	3	10
77	3	3	4	10	3	3	3	9
78	3	4	3	10	4	4	4	12

79	3	3	4	10	4	3	4	11
80	3	4	5	12	5	4	4	13
81	4	4	4	12	4	4	3	11
82	4	3	3	10	3	3	3	9
83	3	4	4	11	4	4	3	11
84	2	4	4	10	5	4	3	12
85	3	3	5	11	5	4	4	13
86	3	4	3	10	4	4	5	13
87	3	3	4	10	4	4	4	12
88	4	4	5	13	5	5	3	13
89	4	4	4	12	4	4	4	12
90	3	4	4	11	4	4	3	11
91	2	3	3	8	2	2	4	8
92	3	4	4	11	5	4	4	13
93	4	5	5	14	5	5	3	13
94	4	4	4	12	5	4	4	13
95	3	5	5	13	4	5	5	14
96	3	4	4	11	4	4	4	12
97	5	5	5	15	5	5	4	14
98	5	5	5	15	5	5	5	15
99	4	5	4	13	5	4	5	14
100	4	4	4	12	4	5	4	13
101	3	5	4	12	4	4	3	11
102	4	4	4	12	4	4	2	10
103	4	4	4	12	4	2	3	9
104	4	4	3	11	4	4	4	12
105	4	4	3	11	4	4	4	12
106	5	5	5	15	5	5	5	15
107	3	3	5	11	5	5	3	13
108	4	4	4	12	4	4	3	11
109	3	3	4	10	4	3	4	11
110	2	3	4	9	4	4	4	12
111	3	5	4	12	4	4	4	12
112	3	3	4	10	4	4	3	11
113	4	5	4	13	5	4	5	14
114	4	4	4	12	4	5	5	14
115	5	4	4	13	5	5	3	13
116	4	4	5	13	4	5	5	14
117	4	4	4	12	4	4	4	12
118	5	4	5	14	4	4	3	11
119	3	5	4	12	4	5	4	13

120	5	4	3	12	4	3	5	12
-----	---	---	---	----	---	---	---	----

No	Personal (X5)		TOTAL SKOR	Efficiency(X6)		TOTAL SKOR
	X5.1	X5.2	X5	X6.1	X6.2	X6
1	3	3	6	4	4	8
2	4	4	8	3	3	6
3	4	5	9	5	5	10
4	5	5	10	5	5	10
5	4	4	8	3	4	7
6	5	4	9	4	4	8
7	4	3	7	4	4	8
8	4	4	8	5	4	9
9	3	3	6	5	5	10
10	3	3	6	3	4	7
11	5	5	10	4	4	8
12	4	3	7	4	5	9
13	4	4	8	4	4	8
14	3	3	6	4	4	8
15	4	4	8	4	4	8
16	4	4	8	4	4	8
17	4	5	9	4	4	8
18	4	5	9	4	4	8
19	2	2	4	2	2	4
20	4	4	8	5	4	9
21	4	4	8	5	4	9
22	4	4	8	3	4	7
23	4	4	8	4	4	8
24	3	3	6	4	4	8
25	5	4	9	4	4	8
26	4	4	8	4	4	8
27	4	4	8	4	4	8
28	5	4	9	4	4	8
29	5	4	9	5	4	9
30	4	5	9	5	5	10
31	5	4	9	4	5	9
32	5	4	9	5	5	10
33	3	5	8	4	5	9
34	5	5	10	5	5	10
35	5	4	9	4	5	9
36	5	5	10	5	5	10

37	4	4	8	4	4	8
38	4	4	8	5	4	9
39	5	5	10	5	5	10
40	5	5	10	5	5	10
41	5	5	10	5	5	10
42	5	5	10	5	4	9
43	5	3	8	5	5	10
44	4	3	7	4	4	8
45	4	4	8	4	4	8
46	3	4	7	3	3	6
47	5	4	9	3	5	8
48	5	5	10	5	5	10
49	4	4	8	4	4	8
50	4	4	8	4	5	9
51	3	3	6	3	3	6
52	4	4	8	4	4	8
53	4	5	9	4	4	8
54	5	4	9	5	5	10
55	5	5	10	5	5	10
56	4	5	9	3	3	6
57	5	5	10	5	5	10
58	4	4	8	4	4	8
59	3	4	7	5	5	10
60	4	4	8	3	5	8
61	4	4	8	4	4	8
62	5	5	10	5	5	10
63	4	4	8	4	4	8
64	4	5	9	4	4	8
65	5	5	10	5	5	10
66	5	5	10	5	5	10
67	3	5	8	5	4	9
68	5	4	9	4	5	9
69	4	5	9	5	4	9
70	3	5	8	5	5	10
71	3	3	6	4	5	9
72	5	5	10	5	5	10
73	5	5	10	5	5	10
74	4	4	8	4	4	8
75	4	5	9	4	4	8
76	4	4	8	4	4	8
77	4	4	8	4	4	8

78	4	4	8	4	4	8
79	3	4	7	5	4	9
80	5	5	10	4	5	9
81	4	5	9	5	4	9
82	5	5	10	4	4	8
83	4	5	9	4	5	9
84	4	4	8	4	4	8
85	4	4	8	3	5	8
86	4	5	9	4	5	9
87	4	5	9	4	4	8
88	4	5	9	4	5	9
89	4	4	8	4	4	8
90	4	4	8	4	5	9
91	4	4	8	4	4	8
92	4	5	9	4	4	8
93	5	5	10	5	5	10
94	4	5	9	4	4	8
95	5	5	10	5	5	10
96	3	3	6	4	5	9
97	5	5	10	5	5	10
98	5	5	10	4	5	9
99	4	4	8	4	5	9
100	4	5	9	5	4	9
101	4	4	8	5	4	9
102	4	4	8	4	4	8
103	4	4	8	4	5	9
104	4	4	8	5	5	10
105	5	3	8	3	3	6
106	5	5	10	5	5	10
107	4	4	8	4	5	9
108	4	4	8	4	4	8
109	4	4	8	4	4	8
110	4	4	8	4	4	8
111	5	5	10	4	4	8
112	4	5	9	4	4	8
113	5	5	10	3	5	8
114	5	5	10	5	3	8
115	4	4	8	4	5	9
116	5	4	9	5	5	10
117	4	5	9	4	5	9
118	4	5	9	5	5	10

119	4	5	9	4	5	9
120	4	4	8	3	3	6

No	Kepuasan Nasabah (Y)								TOTAL SKOR
	1	2	3	4	5	6	7	8	Y
1	4	5	3	4	4	4	5	5	34
2	4	4	4	4	4	3	4	4	31
3	5	4	4	4	5	4	4	4	34
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	3	31
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	5	5	5	5	4	4	36
8	5	4	5	5	5	5	5	5	39
9	5	5	5	4	5	5	4	3	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	5	5	5	5	4	5	5	5	39
12	4	5	3	5	4	4	3	4	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	3	3	4	3	4	4	29
15	4	4	4	4	5	4	5	5	35
16	4	4	4	4	5	4	5	5	35
17	4	4	4	4	5	4	5	5	35
18	4	4	4	4	5	4	5	5	35
19	3	4	3	3	3	5	3	4	28
20	4	5	4	4	4	4	4	4	33
21	4	5	4	4	4	4	4	4	33
22	4	4	4	3	3	5	5	5	33
23	4	4	4	4	4	4	5	5	34
24	4	3	3	3	4	5	5	4	31
25	4	5	4	5	3	4	3	5	33
26	5	4	4	3	4	4	4	5	33
27	5	4	4	3	4	4	4	5	33
28	4	4	4	4	4	4	5	4	33
29	4	4	4	4	4	4	4	5	33
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	4	4	5	3	2	4	4	5	31
32	4	4	4	3	4	4	5	4	32
33	5	4	5	4	4	5	5	5	37
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	5	4	5	5	3	5	37

36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	4	4	3	3	4	3	4	4	29
38	4	4	4	4	4	4	3	4	31
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	4	5	5	5	5	5	4	38
43	4	5	5	5	5	5	5	4	38
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	4	4	4	4	5	5	34
46	4	3	3	5	4	4	1	4	28
47	5	4	5	5	5	5	5	5	39
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	4	4	4	4	4	5	5	5	35
50	5	4	4	4	5	5	5	5	37
51	4	4	5	3	4	3	3	2	28
52	4	4	4	4	4	4	4	5	33
53	4	4	4	5	4	4	4	4	33
54	4	4	4	4	4	5	4	4	33
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	5	5	5	4	5	5	5	5	39
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	4	4	3	3	4	4	4	4	30
60	4	3	4	3	4	3	4	5	30
61	4	4	4	4	4	4	5	5	34
62	5	5	5	4	5	5	5	5	39
63	5	3	3	4	4	3	5	4	31
64	5	4	4	5	5	5	4	5	37
65	5	5	5	5	5	4	5	4	38
66	5	5	5	4	5	5	5	5	39
67	5	5	4	3	4	5	5	5	36
68	4	4	4	4	5	4	5	4	34
69	3	4	3	2	3	3	5	3	26
70	3	4	4	5	5	5	4	5	35
71	5	5	5	3	4	4	4	5	35
72	5	5	5	4	5	5	5	5	39
73	5	5	5	4	5	5	5	5	39
74	4	3	4	4	4	4	3	4	30
75	3	4	4	5	4	3	3	3	29
76	4	3	4	3	4	4	4	5	31

77	3	3	2	3	3	4	3	3	24
78	3	3	4	5	5	5	5	5	35
79	3	4	4	4	4	4	4	4	31
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	3	4	3	2	3	3	5	3	26
82	3	3	3	3	3	3	3	3	24
83	4	4	4	4	4	5	5	4	34
84	5	5	5	3	4	5	5	5	37
85	4	3	4	4	4	5	5	5	34
86	5	3	4	4	5	5	5	5	36
87	4	4	4	3	3	4	4	4	30
88	5	4	5	4	5	4	5	4	36
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	4	4	4	3	4	5	5	5	34
91	2	3	3	5	4	4	3	4	28
92	5	4	4	4	5	5	5	5	37
93	5	5	4	4	5	5	5	5	38
94	5	5	4	5	4	4	5	4	36
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	3	3	3	4	4	3	3	4	27
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	5	4	5	5	5	5	5	5	39
99	5	5	4	5	5	4	5	5	38
100	5	4	4	4	4	4	5	5	35
101	4	4	4	3	4	4	4	4	31
102	4	4	4	3	4	3	4	4	30
103	4	4	4	3	4	4	5	4	32
104	4	4	3	4	4	4	4	4	31
105	4	4	4	3	3	3	5	5	31
106	5	5	5	5	5	5	5	5	40
107	5	5	5	3	3	4	5	5	35
108	4	4	4	4	4	4	4	4	32
109	3	3	3	3	4	3	4	3	26
110	4	4	3	5	5	4	5	4	34
111	5	5	4	4	5	4	5	4	36
112	4	4	4	4	4	4	4	4	32
113	5	3	4	4	4	5	5	5	35
114	5	4	4	4	4	5	5	5	36
115	5	5	4	5	5	5	4	5	38
116	5	4	5	5	4	5	5	5	38
117	5	4	5	5	4	5	5	5	38

118	5	4	5	5	4	3	3	4	<b>33</b>
119	4	3	5	4	5	4	4	3	<b>32</b>
120	4	3	4	5	5	4	5	4	<b>34</b>

Malang, 26 Maret 2021

Nomor : B.201 – KC Malang Soetta/02-2021

Lamp. : -

Hal : Penelitian Skripsi

*Fakultas Ekonomi  
Perbankan Syariah  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
Jalan Gajayana  
Di  
Malang*

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Teriring salam dan do'a dari kami, semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat walafiat dan selalu dalam lindungan Allah SWT dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, Amin.

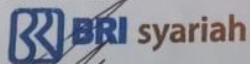
Sehubungan dengan surat **NomorB-2067/FEK.1/PP.00.9/02/2021** perihal Permohonan Ijin Penelitian Skripsi di PT Bank BRISyariah Kantor Cabang Malang, kami sampaikan bahwa permohonan tersebut **dapat kami penuhi**. Berkaitan dengan hal tersebut diatas, adapun mahasiswa yang akan melaksanakan Ijin Penelitian Skripsi tersebut adalah sebagai berikut:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	WAKTU PENELITIAN
1	Kristi Fiki Andrayani	18540096	Perbankan Syariah	Maret – April 2021

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

PT. BANK BRISYARIAH Tbk,  
KANTOR CABANG MALANG



Bank BRISyariah  
KC MALANG SOETTA

Abien Rheza Basundara SA  
General Affairs

lampiran 7

## BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Kristi Fiki Andrayani

Tempat, tanggal lahir : Blitar, 11 Mei 1999

Alamat Asal : DS. Sonogunting Pasirharjo Kec. Talun Kab. Blitar Rt03  
Rw01

Telepon/Hp : 085643813240

E- mail : vikyandrayani@gmail.com

### **Riwayat Pendidikan**

2004 - 2006 : TK DHARMA WANITA

2006 - 2011 : SDN Pasirharjo 01

2011 - 2014 : MTS Negeri 2 Blitar

2014 - 2017 : MAN Negeri 2 Blitar

2017 - 2021 : Jurusan Perbankan Syariah S1, Fakultas Ekonomi UIN  
Maulana Malik Ibrahim Malang

### **Pendidikan Formal**

2017 - 2018 : PKPBA UIN Malang

2018-2019 : PKPBI UIN Malang

### Pengalaman Organisasi

2017-2018 : Anggota Bidikmisi Angkatan 2017

2019-2020 : Pengurus Organisasi SAPEN (Sahabat Pendamping)

2020-2021 : Pengurus Organisasi Enterpreneur

## BUKTI KONSULTASI

Nama : Kristi Fiki Andrayani

NIM : 18540096

Dosen Pembimbing : Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM

Judul Skripsi : Determinan Kepuasan Nasabah Elektronik Mobile Banking  
Bank Syariah Indonesia Pendekatan E-Kualitas Layanan

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	4 Desember 2020	Pengiriman Proposal Skripsi	1.
2	8 Desember 2020	Konsultasi Judul Skripsi	2.
3	18 Januari 2021	Konsultasi Bab 1	3.
4	16 Februari 2021	Konsultasi Bab 1 dan Bab 2	4.
5	18 Februari 2021	Konsultasi Bab 3	5.
6	19 Februari 2021	Konsultasi Bab 1- Bab 3	6.
7	27 April 2021	Konsultasi Bab 4 dan Bab 5	7.
8	29 April 2021	Bimbingan Virtual	8.
9	4 Mei 2021	Revisi Bab 4 dan Bab 5	9.
10	18 Mei 2021	Konsultasi Bab 4 dan Bab 5	10.
11	11 Juni 2021	Pengiriman Skripsi Beserta Persyaratan Sidang	11.



**KEMENTRIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

---

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**  
**(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA  
NIP : 19761210 200912 2 001  
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Kristi Fiki Andrayani  
NIM : 18540096  
Handphone : 085643813240  
Konsentrasi : Enterpreneur  
Email : vikyandrayani@gmail.com  
Judul Skripsi : "Determinan Kepuasan Nasabah Elektronik *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia Pendekatan E-Kualitas Layanan"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

<b>SIMILARTY INDEX</b>	<b>INTERNET SOURCES</b>	<b>PUBLICATION</b>	<b>STUDENT PAPER</b>
<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 1 Juli 2021  
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA  
NIP 197612102009122 001

## skripsi

### ORIGINALITY REPORT

<b>9%</b> SIMILARITY INDEX	<b>10%</b> INTERNET SOURCES	<b>4%</b> PUBLICATIONS	<b>3%</b> STUDENT PAPERS
-------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="https://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<b>6%</b>
<b>2</b>	<a href="https://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<a href="https://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus II Student Paper	<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="https://eprints.radenfatah.ac.id">eprints.radenfatah.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>

Exclude quotes  Off

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 1%