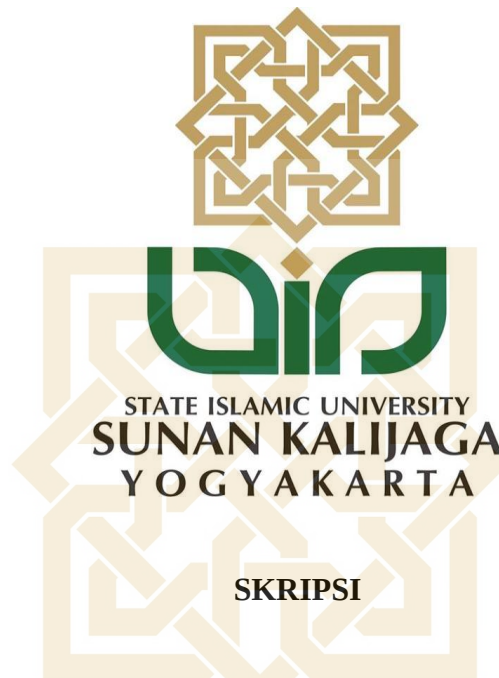


Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Strata Satu (S1)**

Oleh:

Harbeis Suraone

NIM: 13820200

Pembimbing:

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.

NIP. 19661119 199203 1 002

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2018**



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Harbeis Suraone

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Harbeis Suraone
NIM : 13820200
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta**

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 15 Agustus 2018
Pembimbing

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
N.P. 19661119 199203 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2160 /Un.02/DEB/PP.00.9/08/2018

Tugas Akhir dengan judul : “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap
Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta”

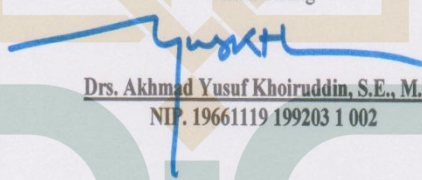
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Harbeis Suraone
Nomor Induk Mahasiswa : 13820200
Telah diujikan pada : Senin, 20 Agustus 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

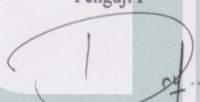
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

Penguji I


Dian Nurviah Solissa, SHI, M.Si
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji II


Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I
NIP. 19910919 201503 2 008



Yogyakarta, 20 Agustus 2018

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN


Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warramatullahi Wabaraakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Harbeis Suraone

NIM . : 13820200

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabaraakatuh

Yogyakarta, 15 Agustus 2018

Penyusun,



Harbeis Suraone

13820200

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Harbeis Suraone
NIM : 13820200
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta”

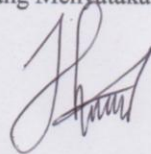
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada Tanggal 15 Agustus 2018

Yang Menyatakan,



(Harbeis Suraone)

NIM. 13820200

MOTTO

Pada Puncak-Mu Ku Cari Jati Diri

Pada Hijau-Mu Ku Temukan Damai Abadi

Takkan Menyerah Dalam Cita

Takkan Surut Sebelum Bersujud



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Semua orang yang telah menjadi penyemangat dan motivasi hidup saya, tak terkecuali orang-orang terdekat yang selalu ada bagi saya.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang digunakan dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor:158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	Be	B
ت	Tā'	T	Te
ث	Ṡā'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Zāl	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	We
ها	Hā	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	'iddah

C. *Tā' marbūṭāh*

Semua *Tā' marbūṭāh* ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikeendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	'illah
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-aulyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--َ--	Fatḥah	Ditulis	A
--ِ--	Kasrah	Ditulis	I
--ُ--	Ḍammah	Ditulis	U

فَعَلَ	Fatḥah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	Ditulis	<i>yazḥabu</i>

E. Vokal Panjang

Fatḥah + alif	جَاهِلِيَّة	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fatḥah + ya' mati	تَنْسَى	Ditulis	<i>Tansā</i>
Kasrah + ya' mati	كَرِيم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Ḍammah + wawu mati	فُرُود	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fatḥah ya' mati	Ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	Bainakum
2	Fatḥah wawu mati	Ditulis	Au
	قَوْل	Ditulis	Qaul

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisah dengan

Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti oleh huruf *Qamariyyah*, maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti oleh huruf *Syamsiyyah*, maka ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Dibaca	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Dibaca	<i>Ahl as-sunnah</i>

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosakata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya *al-Qur'an*, *hadits*, *mazhab*, *syariat*, *lafaz*
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*

3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab dan Ahmad Syukri Soleh
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah dan Mizan



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Shalawat serta salam penulis curahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dan senantiasa kita nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyamah* nanti.

Penelitian ini merupakan tugas akhir program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunannya, skripsi ini tidak lepas dari bantuan, petunjuk serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan sampai akhir masa perkuliahan
4. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah mengarahkan dan memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran, serta memberikan motivasi selama menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah

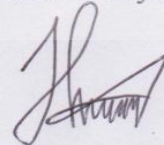
memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.

7. Seluruh Pegawai dan Staff Tata Usaha Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta yang telah memberikan saya kesempatan untuk melakukan penelitian.
9. Orang tua tercinta Bapak Suwarso dan Ibu Darmi selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memotivasi anaknya untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Ida Fadilah, S.Sos yang selalu tidak pernah henti-hentinya mendorong dan memotivasi saya setiap hari selama proses penyusunan skripsi ini, serta terimakasih telah mengubah hidupku jauh lebih baik.
11. Keluarga besar MAPALASKA yang telah memberikan pelajaran hidup bagi penulis yang tak terhingga dan tidak akan pernah didapatkan selama perkuliahan.
12. Seluruh teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan dan partisipasinya.

Semoga amal baik dan segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT..

Yogyakarta, 15 Agustus 2018

Hormat Saya,



Harbeis Suraone

13820200

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Tinjauan Pustaka	9
B. Landasan Teori.....	15

1. Pemasaran Jasa.....	15
2. Kualitas Pelayanan.....	20
3. Internet Banking.....	22
4. Perbankan Syariah.....	24
5. Kepuasan Pelanggan	33
6. Keamanan.....	37
7. Keandalan.....	38
8. Privasi.....	38
9. Akses	39
10. Desain Website.....	39
C. Kerangka Konseptual	39
D. Pengembangan Hipotesis	40
1. Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah	41
2. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Nasabah	41
3. Pengaruh Privasi terhadap Kepuasan Nasabah	42
4. Pengaruh Akses terhadap Kepuasan Nasabah.....	43
5. Pengaruh Desain Website terhadap Kepuasan Nasabah	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Jenis dan Sumber Data.....	45
C. Populasi dan Sampel	49
D. Instrumen Penelitian.....	47
E. Definisi Operasional Variabel.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data	52
G. Teknik Pengujian Instrumen	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	53
H. Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Asumsi Klasik	53
a. Uji Normalitas.....	53

b. Uji Multikolinieritas.....	54
c. Uji Heteroskedastisitas.....	54
2. Analisis Regresi Linier Berganda	54
3. Uji Hipotesis.....	55
a. Uji Koefisien Determinan	55
b. Uji F	56
c. Uji T	57
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Hasil Pengumpulan Data.....	58
B. Profil Responden.....	58
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	64
1. Uji Validitas	64
2. Uji Reliabilitas	66
D. Analisis Data	67
1. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
a. Uji Normalitas.....	67
b. Uji Multikolinearitas	68
c. Uji Heteroskedastisitas.....	69
2. Hasil Uji Regresi Berganda.....	70
3. Hasil Uji Hipotesis	73
a. Koefisien Determinan	73
b. Uji F	74
c. Uji T	75
E. Pembahasan Hipotesis.....	78
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Table 3.1 Skala Likert	48
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Nasabah	59
Tabel 4.2 Usia Nasabah.....	60
Tabel 4.3 Pekerjaan Nasabah	61
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Nasabah	62
Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan	63
Tabel 4.6 Perangkat Transaksi	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.14 Hasil Uji F	75
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	76

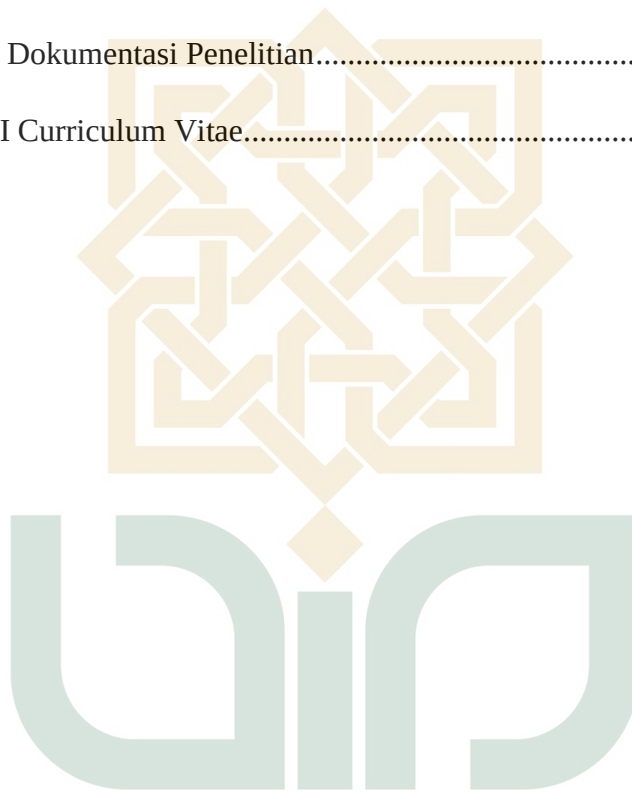
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	40
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	xx
Lampiran II Data Responden Nasabah	xxv
Lampiran III Hasil Olah Data Kuesioner Penelitian	xxx
Lampiran IV Profil Responden	xxxiii
Lampiran V Output Hasil SPSS 16.0	xxxv
Lampiran VI Dokumentasi Penelitian.....	xl
Lampiran VII Curriculum Vitae.....	xli



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden.

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan koefisien determinasi.. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji f. Pengisian kuesioner menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda, diperoleh persamaan $Y = 3,155 + 0,624X_1 + (-0,157X_2) + 0,021X_3 + (-0,058X_4) + 0,326X_5 + e$, factor terbesar yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah variable keamanan (X_1) dengan nilai koefisien regresinya sebesar 0,624. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, kehandala, privasi, akses, dan desain website secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Dari penelitian ini diperoleh nilai R square sebesar 0,822, yang artinya seluruh variabel bebas yakni keamanan, kehandalan, privasi, akses, dan desain website mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 82,2% terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah, sedangkan 17,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci : Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the quality of internet banking services on customer satisfaction of Bank BNI Syariah Yogyakarta Branch. This study uses a sample of 60 respondents.

Data analysis technique used is multiple linear regression and coefficient of determination. Test the hypothesis in this study using t test and test f. Fill out the questionnaire using a Likert scale. The results showed that based on the results of the multiple linear regression equation, the equation $Y = 3,155 + 0,624X_1 + (-0,157X_2) + 0,021X_3 + (-0,058X_4) + 0,326X_5 + e$, the biggest factor affecting customer satisfaction is the security variable (X_1) with the regression coefficient value of 0.624. The results of the study show that security, security, privacy, access, and website design simultaneously affect the customer satisfaction of Bank BNI Syariah Yogyakarta branch internet banking users. From this study, the R square value of 0.822 is obtained, which means that all the independent variables, namely security, reliability, privacy, access, and website design have a joint contribution of 82.2% to the dependent variable, namely customer satisfaction, while 17.8% influenced by other factors.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, teknologi kini sudah menjadi kebutuhan penting dalam operasional bisnis, baik teknologi informasi maupun komunikasi. Arus inovasi teknologi terus berkembang, mulai dari internet hingga sistem telepon yang mampu mempengaruhi dunia bisnis. Teknologi mampu mengubah hubungan perusahaan dengan pelanggan (Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon., 2007: 77)

Teknologi informasi telah menjadi komponen yang sangat penting bagi keberhasilan bisnis dan organisasi. Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, media, dan informatika, serta meluasnya perkembangan infrastruktur informasi global telah mengubah pola dan cara kegiatan bisnis yang dilaksanakan di industri, perdagangan, pemerintahan dan sosial politik serta perbankan. Perkembangan ekonomi berbasis komputer telah menjadi paradigma global yang dominan. Telah banyak para pelaku ekonomi, khususnya di kota-kota besar yang tidak lagi menggunakan uang tunai dalam transaksi pembayarannya, tetapi telah memanfaatkan layanan perbankan modern. Dengan adanya layanan tersebut dapat memberikan kemudahan dalam membantu aktivitas kehidupan.

Perbankan juga memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menarik nasabah agar menginvestasikan dananya dengan segala kemudahan dan keamanan yang ditawarkannya. Dengan menggunakan teknologi internet perbankan ingin meningkatkan kualitas pelayanannya. Internet adalah inovasi yang memiliki peluang dalam perkembangannya. Layanan berbasis teknologi dikembangkan bank dalam bentuk layanan *Electronic Banking (E-Banking)*. Kemudahan serta efesiensinya membuat *E-Banking* diminati dan mudah diterima oleh nasabah.

Sehubungan dengan itu, jumlah pengguna internet juga semakin terus bertambah di setiap tahunnya, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna *internet banking* di Indonesia meningkat 10 juta pengguna di tahun 2017. Pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia sebanyak 132,7 juta pengguna dan di tahun 2017 lalu menyentuh angka 143,26 juta jiwa yang sadar teknologi internet. Hal ini juga didorong dengan semakin terus berkembangnya teknologi informasi yang ada di masyarakat Indonesia. Dapat diketahui perkembangan *internet banking* yang ada di Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Pengguna *internet banking* dapat terus bertambah apabila pihak perbankan mampu meningkatkan kualitas pelayanannya. Semakin mudah dan

bagus pelayanan di dalam perbankan maka semakin tinggi pula jumlah pengguna *internet banking*.¹

Perkembangan internet memang cepat dan memberi pengaruh signifikan dalam berbagai aspek salah satunya adalah dalam dunia perbankan. Kasmir (2002: 3) menyatakan bahwa “bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.” Salah satu jasa perbankan yang mulai mendapat perhatian adalah *Internet Banking*.

Menurut Kotler dikutip dalam Kasmir (2008: 193) berpendapat bahwa perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang, maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

¹ <https://www.jawapos.com/teknologi/20/02/2018/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-143-juta-ini-rinciannya>, diakses pada 17 Juli 2018 pukul 22:44

Dalam industri jasa, pelanggan pasti berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga dalam dunia perbankan yang merupakan industri jasa, nasabah sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh konsumen atas keunggulan suatu pelayanan (Kotler, 1997).

Dengan semakin terus berkembangnya suatu perusahaan khususnya di industri perbankan dalam masalah kualitas layanan terhadap nasabah. BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta juga telah meningkatkan pelayanan yang terbaik dengan berlandaskan tiga prinsip operasional, yakni: amanah, jamaah, dan hasanah. Yang orientasi pelayanan pada seluruh golongan masyarakat, tanpa membedakan latar belakang suku, agama, dan ras. Meningkatnya intensitas persaingan dalam dunia perbankan khususnya dalam pelayanan *internet banking* dan jumlah pesaing yang menuntut BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta untuk memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi apa yang nasabah harapkan dengan cara yang lebih unggul serta memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pihak bank dan pesaing lainnya.

Sebagai langkah dalam upaya memenuhi tuntutan nasabah dimana hal yang harus diperhatikan adalah ketersediaan informasi yang menyangkut persepsi dan harapan nasabah terhadap layanan yang ditawarkan oleh BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Untuk itu, maka perlu dianalisis sejauh mana nasabah merasa puas dengan layanan *internet banking* yang telah diterimanya. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk meneliti tentang pengaruh layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan variabel kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Sedangkan untuk variabel independennya, penelitian ini menggunakan variabel layanan *internet banking* (Keamanan, Keandalan, Privasi, Akses, dan Desain Website).

Dalam menciptakan kepuasan nasabah, upaya meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan pada umumnya difokuskan dalam pengukuran dimensi kualitas jasa. Penelitian ini menggunakan sampel penelitian yakni nasabah yang menggunakan layanan *internet banking* di BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas maka penulis akan melakukan penelitian tentang kepuasan nasabah perbankan di BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Lebih lanjut, akan diangkat dalam penelitian yang berjudul: **”Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh simultan (keamanan, kehandalan, privasi, akses, dan desain website) terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan (keamanan, kehandalan, privasi, akses, dan desain website) terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan (keamanan, kehandalan, privasi, akses, dan desain website) terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta?
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (keamanan, kehandalan, privasi, akses, dan desain website) secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta?

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yang bersifat teoritis dan praktis. Manfaat yang bersifat teoritis dalam penelitian ini adalah diharapkan dapat memecahkan masalah mengenai kepuasan nasabah terhadap layanan *internet banking* BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta yang mungkin dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan performanya. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai kepuasan nasabah terhadap penggunaan *internet banking*.

b. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan, untuk dapat merumuskan strategi guna mempertahankan keunggulan dari *internet banking* yang mereka miliki. Serta memberikan informasi kepada perusahaan untuk menyusun kebijakan dan pengambilan keputusan terkait masalah pelayanan terhadap nasabah. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat mempertahankan keunggulan kompetitif dari setiap layanan *internet banking*.

D. Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini direncanakan terdiri dari lima bab:

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Bab ini mendiskripsikan tinjauan pustaka, kerangka teoritik, kerangka konseptual, dan pengembangan hipotesis.

Bab III adalah metode penelitian. Dalam bab ini terdapat enam sub bab yaitu jenis penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, instrumen penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengujian instrumen, dan teknik analisis data..

Bab IV merupakan hasil dan pembahasan penelitian. Dalam hasil dan pembahasan, bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis data, serta interpretasi hasil sebagai pembahasan hasil penelitian.

Bab V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, penulis telah melakukan tinjauan pustaka pada penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan masalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Kemala Effendi, Jawas dan Abdullah yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan BNI *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Pengguna BNI *Internet Banking* Di Kota Bandung) hasil analisis jalur menunjukkan bahwa *system availability* dan *privacy* tidak memberikan pengaruh yang signifikan bila diuji secara parsial. Sedangkan pengaruh secara simultan dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 39,2% dan 60,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahman Anugrah dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Di Kota Makassar menunjukkan bahwa hasil pengujian regresi dapat diketahui bahwa dimensi dari variabel kualitas layanan yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah adalah dimensi empati. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa dimensi variabel kualitas pelayanan Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya

Tanggap, Jaminan, Empati terhadap variabel kepuasan pada dasarnya mempunyai pengaruh tetapi yang dominan adalah dimensi Empati..

Penelitian yang dilakukan oleh Alfonssius R. Paju yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Internet Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Di Denpasar menunjukkan bahwa variabel Kehandalan, Keamanan, dan Ketanggapan memiliki hubungan signifikan. Sedangkan variabel Efisiensi, Akses dan Kemudahan penggunaan tidak memiliki hubungan yang signifikan. Variabel Kehandalan merupakan variabel yang paling dominan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pengguna *internet banking* di Denpasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusnaini yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan *Intenet Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta menunjukkan bahwa kualitas *internet banking* bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Dimension of tangible, responsiveness and empathy* mempunyai dampak yang signifikan, tetapi tidak berlaku untuk *dimension of reliability and assurance*. Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan berdampak signifikan terhadap kesetiaan pelanggan bank.

Penelitian yang dilakukan oleh Arga Satria Antasari, Kertahadi, Riyadi yang berjudul Pengaruh Penggunaan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah menunjukan variabel kebebasan, variabel kesenangan dan variabel keamanan terbukti berpengaruh secara simultan dan parsial

terhadap variabel kepuasan nasabah. Variabel kebebasan memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Fifip Chopipah O yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Klik BCA Terhadap Kepuasan Nasabah menunjukkan kualitas layanan *internet banking* Klik BCA yang terdiri dari dimensi *efficiency*, *fulfilment*, *reliability*, dan *privacy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa 65,8% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan *internet banking* dengan dimensi *efficiency*, *fulfilment*, *reliability*, dan *privacy*, artinya 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain, yang tidak dalam cakupan penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarifatul Latifah yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri menunjukkan hasil dari koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0.780 atau 78 persen yang artinya kualitas layanan *internet banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* BSM sebesar 78 persen dan sisanya sebesar 22 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

Untuk dapat mudah memahami tinjauan pustaka ini, maka dari itu peneliti membuat tabel ringkasan penelitian terhadap kepuasan nasabah. Dibawah ini tabel 2.1 ringkasan yang di buat oleh peneliti:

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fitri Kemala Effendi Jawas, Abdullah (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan BNI <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Pengguna BNI <i>Internet Banking</i> Di Kota Bandung)	<i>Responsiveness</i> <i>Efficiency</i> , <i>Fulfillment</i> , <i>Privacy</i> , <i>System</i> <i>Availability</i> , <i>Contact</i>	Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa <i>system availability</i> dan <i>privacy</i> tidak memberikan pengaruh yang signifikan bila diuji secara parsial. Sedangkan pengaruh secara simultan dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 39,2% dan 60,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2.	Rahman Anugrah (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Di Kota Makassar	Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati	Menunjukkan bahwa hasil pengujian regresi dapat diketahui bahwa dimensi dari variabel kualitas layanan yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah adalah dimensi empati. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa dimensi variabel kualitas pelayanan Bukti Fisik, Reliabilitas, Daya Tanggap, Jaminan, Empati terhadap variabel kepuasan pada dasarnya mempunyai pengaruh tetapi yang dominan adalah dimensi Empati
3.	Alfonssius R. Paju (2011)	Pengaruh Kualitas Layanan Internet Terhadap Tingkat	Kehandalan , Keamanan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kehandalan, Keamanan, dan Ketanggapan memiliki hubungan

		Kepuasan Nasabah Perbankan Di Denpasar	Efisiensi, Ketanggapan, Akses, Kemudahan Penggunaan	signifikan. Sedangkan variabel Efisiensi, Akses dan Kemudahan penggunaan tidak memiliki hubungan yang signifikan. Variabel Keandalan merupakan variabel yang paling dominan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pengguna <i>Internet Banking</i> di Denpasar
4	Yusnaini (2010)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta	<i>Tangible, Responsiveness, Emphaty, Reliability</i> dan <i>Assurance</i>	Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas <i>internet banking</i> bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. <i>Dimension of tangible, responsiveness and empathy</i> mempunyai dampak yang signifikan, tetapi tidak berlaku untuk <i>dimension of reliability and assurance</i> . Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pelanggan berdampak signifikan terhadap pelanggan bank.
5	Arga Satria, Antasari, Kertahadi, Riyadi (2013)	Pengaruh Penggunaan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	Kebebasan, Kesenangan, dan Keamanan	Variabel kebebasan, variabel kesenangan dan variabel keamanan terbukti berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap variabel kepuasan nasabah. Variabel kebebasan memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan nasabah.
6	Fifip Chopipah O (2013)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Klik	<i>Efficiency, Fulfillment, Reliability,</i>	Kualitas layanan <i>internet banking</i> Klik BCA yang terdiri dari dimensi <i>efficiency, fulfillment, reliability, dan</i>

		BCA Terhadap Kepuasan Nasabah	dan <i>Privacy</i>	<i>privacy</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa 65,8% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan <i>internet banking</i> dengan dimensi <i>efficiency</i> , <i>fulfilment</i> , <i>reliability</i> , dan <i>privacy</i> , artinya 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain, yang tidak dalam cakupan penelitian.
7	Sarifatul Latifah (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Internet Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri	Kehandala, Akses, Komunikasi, Kredibilitas, dan Keamanan	Hasil dari koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0.780 atau 78 persen yang artinya kualitas layanan <i>internet banking</i> berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna <i>internet banking</i> BSM sebesar 78 persen dan sisanya sebesar 22 persen dipengaruhi oleh faktor lain

(Sumber: Berbagai skripsi dan jurnal yang telah diolah kembali)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Dimana sasaran nasabah tersebut yang telah menggunakan jasa layanan *internet banking* BNI Syariah. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya terletak pada obyek, tahun, dan waktu penelitian. Obyek penelitian ini nasabah pengguna layanan *internet banking* di BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta tahun 2018.

Persamaan dengan beberapa penelitian terdahulu, yaitu mengetahui kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah.

B. Landasan Teori

1. Pemasaran Jasa

a. Pengertian jasa

Jasa atau layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Kotler & Keller, 2009). Keunggulan suatu produk jasa tergantung dari keunikan dan mutu yang diperlihatkan oleh jasa tersebut serta kesesuaian antara harapan dengan keinginan pelanggan. Adapun menurut Lovelock *et. Al* (2010) jasa merupakan suatu kegiatan yang bersifat melayani, membantu dan melakukan hal yang bermanfaat bagi orang lain. Sedangkan Leonard L. Berry, seperti yang dikutip oleh Zeithaml dan Bitner (1996: 5) mendefinisikan jasa sebagai tindakan, prosedur, aktivitas, proses – proses, dan unjuk kerja yang intangibel. Dalam rumusan yang agak mirip dengan definisi Kotler, Adrian Payne (1993: 6), merumuskan jasa sebagai aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangibel yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan dalam kondisi bisa saja munculkan

produksi suatu jasa bisa memiliki atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produksi fisik.

Jasa memberikan kepada konsumen ‘tawaran-tawaran’ yang sangat bervariasi, yang oleh Kotler diklasifikasikan menjadi lima kategori, yaitu:

1. Barang fisik murni

Pada kategori ini tidak ada jasa lain yang *attached* atau membarengi produk tersebut (contoh: garam, sabun mandi).

2. Barang fisik dengan jasa pelengkap

Pada kategori ini, terdapat jasa tambahan untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap barang fisik utama (contoh: komputer, mobil).

3. Hibrida

Yang dimaksud dengan hibrida adalah dimana ketersediaan antara barang dan layanan hampir sama (contoh: restoran)

4. Jasa utama disertai barang dan jasa minor

Yaitu jasa yang dalam penyampaianya disertai barang serta jasa minor (contoh: perjalanan penerbangan kelas I / “*business class*”)

Berdasarkan definisi jasa di atas, bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pemberi jasa dan pihak pelanggan, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa

bukan merupakan barang yang berwujud melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

b. Karakteristik jasa

Rangkuti (2006:19) yang mengatakan bahwa pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pertama, pemasaran jasa lebih bersifat intangible dan immaterial karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Kedua, produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan secara langsung.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 63), terdapat empat karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa berbeda dengan hasil produksi perusahaan. Jasa tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, dicium sebelum jasa itu dibeli. Benda atau barang yang kita beli atau yang kita gunakan sehari-hari adalah sebuah objek, sebuah alat atau sebuah benda, sedangkan jasa merupakan perbuatan, penampilan atau sebuah usaha. Bila kita membeli barang maka barang tersebut dipakai atau ditempatkan di suatu tempat. Tetapi bila membeli jasa maka pada umumnya tidak ada wujudnya. Bila uang dibayar untuk beli jasa, maka pembeli tidak akan memperoleh tambahan benda yang dapat dibawa ke rumah. Walaupun penampilan jasa diwakili oleh wujud tertentu.

2. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjualan dan baru kemudian dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara serentak. Misalnya jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan penerbangan, calon penumpang membeli tiket, kemudian berangkat dan duduk dalam kabin pesawat, lalu pesawat diterbangkan ke tempat tujuannya, pada saat penumpang itu duduk dalam kabin pesawat, pada saat itulah jasa diproduksi.

3. Keberagaman (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan. Misalnya jasa yang diberikan oleh sebuah maskapai penerbangan yang melayani rute terbang jarak pendek dengan maskapai penerbangan yang melayani rute terbang yang panjang akan sangat berbeda.

4. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan. Seorang calon penumpang yang telah membeli tiket pesawat untuk suatu tujuan tertentu tetap dikenakan biaya administrasi, walaupun dia tidak jadi berangkat. Tidak tahan lamanya jasa tidak jadi masalah bila

permintaan tetap. Tetapi jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit. Misalnya pada musim-musim puncak seperti liburan sekolah, tahun baru, musim haji atau hari raya, sebuah perusahaan penerbangan harus mempersiapkan armada pesawat lebih, berbeda dari permintaan dan penyediaan pesawat pada sepanjang bulan-bulan biasanya.

c. Klasifikasi Jasa

Jasa dapat diklasifikasikan menjadi empat bagian menurut Kotler (2000) yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan faktor produksi yang digunakan
 - a. *People based service*: jasa yang melibatkan peranan manusia dalam proses produksinya sehingga sulit untuk dilakukan standarisasi.
 - b. *Equipment based service*: jasa yang mengandalkan penggunaan peralatan dalam memberikan atau menyampaikan jasanya.

2. Berdasarkan atas kebutuhan akan kehadiran konsumen

Tidak semua jasa memerlukan kehadiran konsumen, sehingga konsumsi dan produksi jasa dapat dilakukan walaupun konsumen menginginkan jasa tidak hadir dan tidak terlibat secara langsung, seperti jasa pengiriman barang, angkutan dan lain-lain.

3. Berdasarkan pemenuhan kebutuhan.
4. Berdasarkan tujuan perusahaan.

Berdasarkan tujuan perusahaan dapat dibedakan menjadi profit motif dan nonprofit motif.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Sugiarto (2003: 38) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Kualitas disebut baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Dabholkar, et. al. (2000) menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka, suatu perusahaan dituntut untuk memaksimalkan kualitas pelayanannya agar mampu menciptakan kepuasan para pelanggann.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Untuk mengevaluasi, dan memperbaiki kualitas layanan *online*, Zeithaml, et al, (2002: 5) telah mengidentifikasi tujuh dimensi kualitas layanan *online* yaitu :

1. Efisiensi (*efficiency*), yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses *website*, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
2. Penuhan (*fulfillment*), mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
3. Keandalan (*reliability*), berkenaan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan, khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
4. Privasi (*privacy*), berupa jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.
5. Daya tanggap (*responsiveness*), merupakan kemampuan pengecer *online* untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk, dan menyediakan garansi *online*.

6. Kompensasi, meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman, dan biaya penanganan produk.
7. Kontak (*contact*), mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon (dan bukan berkomunikasi dengan mesin).

Dimensi kualitas jasa online Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2016: 176) antara lain:

1. Kecepatan pengantaran, kemudahan penggunaan, reliabilitas, kesenangan dan kendali.
2. Isi, akses, navigasi, desain, respon, latar belakang (kredibilitas), dan personalisasi.
3. Kepercayaan, empati, dan keamanan.
4. Kenyamanan online, informasi produk, dan keamanan finansial.
5. Kemudahan pemakaian, isi website, akurasi isi, ketepatan waktu respon, dan privasi.

3. *Internet Banking*

Kemajuan teknologi informasi memberi warna baru pada bidang bisnis. Bisnis di bidang jasa juga memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan layanan yang berbasis informasi. Perbankan adalah salah satu perusahaan jasa yang menggunakan layanan berbasis teknologi. Secara teori, layanan berbasis informasi tidak membutuhkan kontak tatap muka dengan konsumen (Mussry, 2010: 151).

Internet Banking pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu *Internet* dan *Banking* (bank). *Interconnected Network* (Internet) adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan computer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia. Sedangkan Menurut Bank Indonesia dalam Riswandi (2005:21) *Internet Banking* merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.

Jenis kegiatan *Internet Banking* dibedakan menjadi tiga yaitu:

- 1) *informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
- 2) *communicative Internet Banking* yaitu pelayanan jasa Bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan Bank penyedia layanan *Internet Banking* secara terbatas dan tidak melakukan *eksekusi* transaksi.
- 3) *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *Internet Banking* dan melakukan *eksekusi* dan transaksi.

Menurut Turban et al. (2002) dalam Wiji Nurastuti (2011: 111), *internet banking* adalah perbankan yang menggunakan internet yang memungkinkan dilakukannya pembayaran tagihan, mendapatkan pinjaman dari bank, atau melakukan transfer antar rekening.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan definisi *Internet banking* adalah salah satu produk layanan jasa dari *e-banking* dengan menggunakan fasilitas internet. Penerapan layanan *internet banking* ini memberikan kemudahan dan berbagai keuntungan untuk nasabah, diantaranya adalah kemudahan mengakses *internet banking* dimana saja dan kapan saja dengan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari *hand phone*, komputer, laptop/note book, dan sebagainya.

4. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, perbankan syariah telah mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk menyelenggarakan kegiatan usaha, termasuk pemberian kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang syariah yang khusus melaksanakan kegiatan berdasarkan prinsip syariah. Pemberian kesempatan pembukaan kantor cabang syariah tersebut adalah sebagai upaya meningkatkan

jaringan perbankan yang akan dilakukan bersamaan dengan upaya pemberdayaan perbankan syariah (Antonio, 2001: 224).

Dengan berkembangnya bank syariah yang ada di Indonesia yang mayoritas penduduknya muslim. Memunculkan harapan akan sistem perbankan syariah yang sehat dan terpercaya sesuai dengan syariat Islam dan prinsip syariah. Pengembangan bank syariah merupakan suatu alternatif sistem pelayanan jasa bank dengan berbagai kelebihan yang dimilikinya.

Bank Islam atau selanjutnya disebut Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah adalah lembaga keuangan yang kegiatan operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam (Muhammad, 2005: 13).

Operasional produk Bank Syariah di Indonesia dijalankan berdasarkan Undang-Undang, Peraturan Bank Indonesia, dan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia, sebagai berikut (Muhammad, 2005: 81):

Undang-Undang mengenai Bank Syariah:

- 1) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, berikut penjelasannya.
- 2) Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia, berikut penjelasannya.

Peraturan Bank Indonesia yang berkaitan dengan Bank Syariah di Indonesia, antara lain:

- 1) Peraturan Bank Indonesia No. 2/7/PBI/2000 tentang Giro Wajib Minimum dalam Rupiah dan Valuta Asing bagi Bank Umum yang melakukan Kegiatan Usaha berdasarkan Prinsip Syariah, berikut penjelasannya.
- 2) Peraturan Bank Indonesia No. 2/8/PBI/2000 tentang Pasar Uang antar Bank berdasarkan Prinsip Syariah, berikut penjelasannya.
- 3) Peraturan Bank Indonesia No. 2/9/PBI/2000 tentang Sertifikat Wadi'ah Bank Indonesia, berikut penjelasannya.
- 4) Peraturan Bank Indonesia No. 4/1/PI/2002 tentang perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum berdasarkan Syariah dan pembukaan Kantor Bank berdasarkan Prinsip Syariah oleh Bank Umum Konvensional, berikut penjelasannya.

5) Peraturan Bank Indonesia No. 5/3/PBI/2003 tentang Fasilitas Pembiayaan Jangka Pendek bagi Bank Syariah, berikut penjelasannya.

6) Peraturan Bank Indonesia No. 5/7/PBI/2003 tentang Kualitas Aktiva Produktif bagi Bank Syariah, berikut penjelasannya.

Peraturan Bank Indonesia No. 5/9/PBI/2003 tentang Penyisihan Penghapusan Aktiva bagi Bank Syariah, berikut penjelasannya.

b. Operasional Bank Syariah

Pokok-pokok operasional bank syariah (Muhammad, 2005: 159), meliputi:

1) Landasan hukum dalam operasional

a) Dewan Pengawas Syariah, setelah menerima laporan dari Direksi terutama yang menyangkut produk-produk Bank Syariah, segera mengadakan musyawarah dengan pimpinan ketuanya. Hasil atau keputusan-keputusannya dituangkan dalam fatwa Agama yang disampaikan kepada Direksi dengan tidakkan kepada Komisaris.

b) Operasional Bank Syariah yang dipimpin oleh Direksi berlandaskan Fatwa Agama tersebut.

c) Produk-produk baru yang timbul dari Direksi, Komisaris, DPS maupun masyarakat pada umumnya harus melalui Fatwa Agama dari DPS

yang disampaikan kepada Direksi dengan tindakan kepada Komisaris.

- d) Kebijakan direksi yang tidak sesuai dengan Fatwa Agama, karena tidak mampu berlandaskan Fatwa Agama tersebut ataupun dengan alasan lain, segera diambil oleh Komisaris untuk diadakan musyawarah bersama antara Direksi, DPS dan Komisaris. Hasil keputusannya dijadikan Fatwa Agama dari DPS yang segera disampaikan kepada Direksi dengan tindakan kepada Komisaris, DPS dan Komisaris mengawasi pelaksanaan Fatwa tersebut.

- 2) Untuk pertama kali, Direksi membuat Rencana Kerja/operasional dan membuat Anggaran yang disampaikan kepada Departemen Keuangan Jakarta di dalam permohonan ijin operasional. Setelah mendapat ijin operasional dari Departemen Keuangan, Bank Syariah boleh melakukan kegiatan atau operasional.

Kegiatan operasional Bank Syariah (Muhammad, 2005: 159-162), antara lain:

- 1) Bidang pemasaran
 - a. Sebagai langkah awal bidang pemasaran membuat rencana target, baik untuk produk *funding* maupun

produk *financing*. Dalam membuat target tersebut haruslah disesuaikan dengan rencana kerja operasional Bank Syariah yang dibuat oleh Direksi.

b. Kegiatan operasionalnya

a) Pemasaran produk dengan melalui bermacam-macam media pemasaran, baik media elektronik, cetak, pertemuan-pertemuan, pengajian-pengajian, khutbah jum'at, dan sebagainya.

b) Kegiatan funding officer dan anggotanya terutama dalam mobilisasi dana.

c) Operasionalisasi *Account Officer* (AO) atau pembina pembiayaan.

d) Operasionalisasi bagian support pembiayaan (BPS).

e) Operasionalisasi bagian administrasi pembiayaan

f) Operasionalisasi bagian pengawasan pembiayaan.

2) Bidang operasional

a. Service operasional

b. Teller/Kasir

c. Jasa nasabah

d. Bagian tata buku

3) Bidang umum

a. Sekretariat

- a) Surat menyurat
- b) Arsip dan dokumen

b. Perbekalan

- a) Inventarisi kebutuhan sesuai dengan anggaran
- b) Belanja barang investasi dan biaya
- c) Urusan inventaris dan penyusutannya (cadangan penyusutan)

c. Personalia

- a) Daftar hadir karyawan, surat-surat ijin dan surat-surat tugas
- b) Urusan gaji karyawan dan jaminan sosial
- c) Penyelenggaraan kartu pegawai dan data pegawai
- d) Kenaikan gaji dan pangkat
- e) Pendidikan dan pembinaan karyawan

d. Bidang pengawasan

- a) Pengawasan pemasaran
- b) Pengawasan personil
- c) Pengawasan umum

c. Strategi Pemasaran Bank

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank-bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh bank, dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat dilakukan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada. Selain itu bank juga harus memikirkan kemungkinan-kemungkinan untuk membuka cabang-cabang baru atau mendirikan beberapa perwakilan di berbagai tempat yang cukup strategis bagi pengembangan organisasi. Pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan (Nur Rianto, 2010: 79-81), yaitu:

1) Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif.

2) Strategi pengembangan produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan

atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Tujuan dari strategi pengembangan produk ini adalah:

- a) Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah yang terus berubah (dinamis) seiring dengan perkembangan jaman.
 - b) Menghidupkan kembali pertumbuhan dari simpanan yang sudah lesu.
 - c) Menandingi penawaran baru dari perusahaan pesaing yang menawarkan produk baru terhadap nasabah.
 - d) Memanfaatkan teknologi baru.
- 3) Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru.

4) Strategi intregasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horisontal, yaitu penggabungan bank-bank (merger).

5) Strategi diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud disini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk yang dimiliki perbankan. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (korporat)

5. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007: 177).

Menurut Tjiptono (2000), bahwa kepuasan pelanggan adalah respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau evaluasi kesesuaian atau ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan dapat menjadi dasar menuju terwujudnya pelanggan yang loyal atau setia.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005: 65). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama..

b. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2007) terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, diantaranya adalah:

1. Kualitas produk

Kualitas produk mencakup enam elemen, yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency*, dan *design*. Setelah membeli dan menggunakan suatu produk, pembeli akan merasa puas bila ternyata kualitas produknya baik atau berkualitas.

2. Kualitas Layanan

Salah satu konsep *service quality* adalah ServQual sangat tergantung dari tiga faktor, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Berdasarkan konsep ServQual, komponen ini mempunyai lima dimensi, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

3. Faktor Emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya

hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

4. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar dalam industri ritel. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

5. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanan.

c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2013) pengukuran kepuasan pelanggan adalah mutlak diperlukan untuk dua hal:

1. Agar perusahaan tidak membuang uang percuma. Tanpa pengukuran, perusahaan tidak akan mampu untuk menentukan prioritas perbaikan mutu produk atau pelayan yang diharapkan oleh pelanggannya.
2. Agar perusahaan dapat menggalang komitmen dari semua lapisan karyawan untuk terlibat dalam proses peningkatan kepuasan pelanggan.

Terdapat empat perangkat untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 2003), yaitu:

1. Studi komplain atas keluhan pelanggan yang disampaikan lewat kartu saran atau keluhan, saluran telepon bebas pulsa, website, email, blog, fax, *newsletter*, dan seterusnya. Manfaat pokok mendengarkan 'suara' pelanggan semacam ini bisa bermacam-macam. Setiap masalah yang muncul bisa diatasi dengan cepat, sebelum merambat kemana-mana. Studi komplain juga bisa dilakukan dengan mengamati surat pembaca di media massa. Selain mendeteksi komplain yang ditujukan bagi perusahaan bersangkutan, cara ini juga berguna untuk melakukan *bench marking* terhadap produk dan layanan perusahaan lain, baik dalam industri sejenis maupun industri berbeda.
2. *Ghost shopping (mystery shopping)*, yakni menggunakan peneliti yang bertindak sebagaimana konsumen biasa tanpa menyebutkan identitas dan maksud sebagai pelanggan. Seorang *ghost shopper* akan berinteraksi dengan staf perusahaan yang diteliti seperti layaknya pelanggan biasa. Selama proses interaksi, *ghost shopper* mengobservasi sejumlah aspek esensial berkenaan dengan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan secara keseluruhan.

3. Survei, baik lewat tatap muka langsung, melalui pos, telepon, email, website, maupun cara lain. Ukuran yang digunakan bisa *single-item* maupun *multiple-item*. Sejumlah peneliti menggunakan *single-item measure* untuk meneliti kepuasan pelanggan. Keunggulan *single-item* pada umumnya terletak pada kesederhanaannya yang berkontribusi pada kepraktisan dalam pengumpulan dan penganalisisan data. *Multiple-item*, hingga kini banyak paling banyak dipakai dalam riset kepuasan pelanggan. Sejumlah riset menyimpulkan bahwa *multiple-item* lebih *reliable* dibandingkan *single-item*.
 4. Analisis pelanggan yang hilang. Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan upaya untuk dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
6. Keamanan

Keamanan adalah keyakinan individu bahwa setiap kegiatan atau transaksi yang dilakukan memiliki keamanan yang tinggi dan setiap informasi pribadi yang diberikan terjamin keamanannya (Amini *et al*, 2011). Keamanan *internet banking* adalah keamanan yang fokus pada informasi pribadi nasabah yang terjaga kerahasiannya, setiap

transaksi yang dilakukan selalu aman, sehingga kemajuan teknologi tersebut mampu meningkatkan keamanan layanan.

Aspek keamanan merupakan hal yang terpenting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika keamanan suatu perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat rahasia. Menurut Budhi Rahardjo (2005: 2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

7. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang diinginkan konsumen (Yazid, 2008: 102). Keandalan merupakan kemampuan pelayanan yang diberikan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Parasuraman et al, 2001: 26). Nasabah akan menilai realibilitas berdasarkan pada kemampuan perusahaan jasa dalam memberikan layanan yang konsisten sesuai dengan yang dijanjikan Sehingga keandalan ini akan melibatkan keteguhan dan keseragaman dalam kinerja online banking atau *internet banking* (Mohsin Zafar, et al., 2011).

8. Privasi

Privasi mengungkapkan bahwa menampilkan catatan kegiatan berbelanja dan keamanan informasi kartu kredit/rekening tidak akan

dibagi atau disebarluaskan (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011). Karena privasi juga merupakan keamanan yang menjadi unsur penting untuk dipertimbangkan oleh nasabah. Informasi atau rahasia nasabah tidak akan disebarluaskan oleh bank.

9. Akses

Layanan *internet banking* adalah layanan jasa secara *online* sehingga dibutuhkan akses yang mudah selama 24 jam, dan mampu membantu nasabah untuk melakukan transaksi dengan cepat dalam mengakses layanan atau fitur-fitur yang dibutuhkan. Serta memberikan respon yang cepat dan tepat pada setiap transaksi yang dilakukan pengguna *internet banking*.

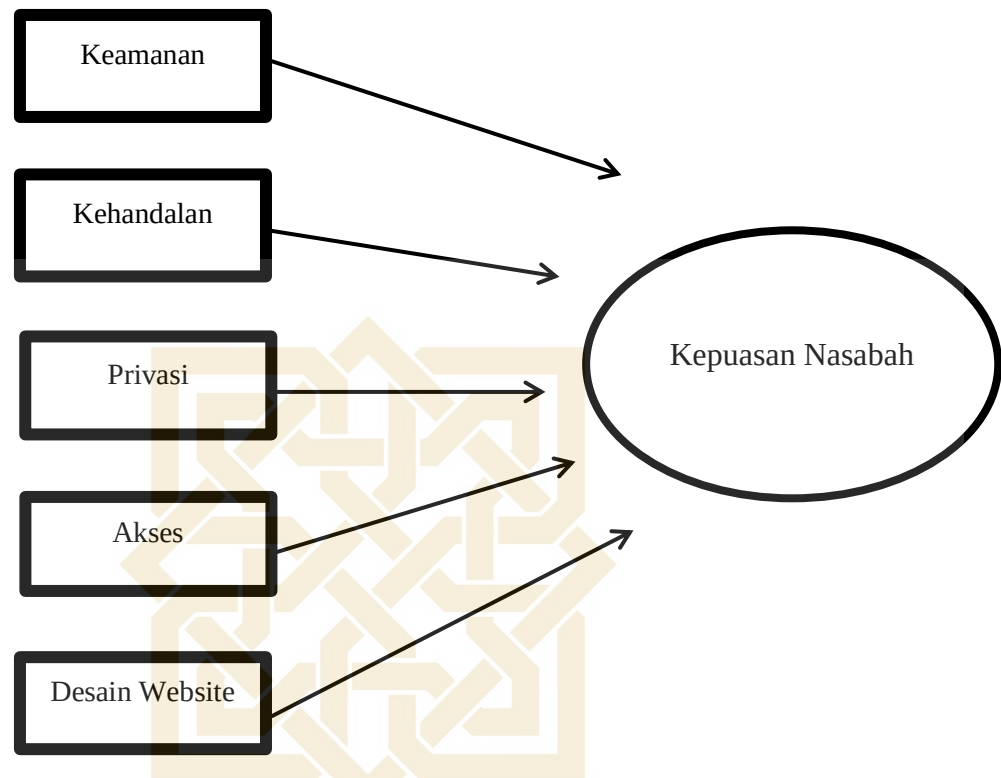
10. Desain website

Penampilan secara visual yang menarik, fungsi penelusuran didalam jaringan web terorganisasi secara baik cepat dan mudah diakses dan memiliki tingkat kesalahan (error) yang sangat kecil (S Fatemeh Sakhaei, *et al.*, 2014). Desain website merupakan tampilan keseluruhan web yang ditampilkan.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka dan kerangka teori maka kerangka penelitian dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 1.1
Kerangka Konseptual



D. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (Sekaran, 2013: 135). Dengan menguji hipotesis dan menegaskan perkiraan hubungan yang diharapkan dapat menjadi solusi yang dapat ditemukan pada saat menghadapi masalah. Hipotesis penelitian ini merupakan kesimpulan sementara hubungan pengaruh variabel independen dan dependen. Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka pemikiran terhadap rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah:

1. Pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah

Keamanan adalah keyakinan individu bahwa setiap kegiatan atau transaksi yang dilakukan memiliki keamanan yang tinggi dan setiap informasi pribadi yang diberikan terjamin keamanannya (Amini *et al*, 2011). Keamanan *internet banking* adalah keamanan yang fokus pada informasi pribadi nasabah yang terjaga kerahasiannya, setiap transaksi yang dilakukan selalu aman, sehingga kemajuan teknologi tersebut mampu meningkatkan keamanan layanan..

Aspek keamanan merupakan hal yang terpenting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika keamanan suatu perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat rahasia. Menurut Budhi Rahardjo (2005: 2) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik..

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Arga Satria Antasari, Kertahadi, Riyadi (2013), menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah.

H₁: Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah Cabang Yogyakarta

2. Pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah

Kehandalan (*Reliability*) adalah kemampuan yang dapat diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai

dengan yang diinginkan konsumen (Yazid, 2008: 102). Keandalan merupakan kemampuan pelayanan yang diberikan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Parasuraman et al, 2001: 26). Nasabah akan menilai realibilitas berdasarkan pada kemampuan perusahaan jasa dalam memberikan layanan yang konsisten sesuai dengan yang dijanjikan Sehingga keandalan ini akan melibatkan keteguhan dan keseragaman dalam kinerja online banking atau *internet banking* (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfonssius R. Paju (2011), menyatakan bahwa variabel keandalan (*Reliability*) merupakan variabel yang paling dominan dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

H₂: Keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

3. Pengaruh privasi terhadap kepuasan nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Mohzin Zafaret *al.*, (2011) privasi yang berupa keamanan dari data pengguna layanan internet banking tidak akan diberikan pada pihak lain manapun dan informasi yang ada dalam rekening nasabah terjamin keamanannya atau kerahasiaanya. Berdasarkan uraian tersebut dengan adanya kualitas layanan yaitu privasi yang merupakan keamanan dan kerahasiaan data nasabah tidak akan disebarluaskan dalam menggunakan *internet banking* membuat nasabah semakin percaya dan puas, sehingga

menimbulkan rasa kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *internet banking*.

H₃: Privasi berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

4. Pengaruh akses terhadap kepuasan nasabah

Akses (*accessibility*) adalah kemampuan mengakses situs *internet banking* secara cepat dan menjangkau perusahaan ketika diperlukan (Khan, *et al*, 2009) artinya bahwa layanan *internet banking* yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah harus mudah untuk diakses kapan saja. Ketika nasabah merasakan bahwa menggunakan *internet banking* mudah untuk diakses maka akan mendorong suatu rasa puas dalam diri nasabah..

H₄: Akses berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

5. Pengaruh desain website terhadap kepuasan nasabah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh S. Fatemeh Sakhaei *et al.*, (2014) bagaimana tampilan yang ada dalam fitur *internet banking* dibuat menarik, efisien dan efektif dan mudah untuk diakses. Meskipun desain website mempunyai pengaruh paling kecil terhadap kepuasan nasabah akan tetapi desain website juga harus diperhatikan dalam layanan *internet banking*. Karena jika struktur desain yang digunakan dalam website tidak terorganisir maka nasabah tidak akan dengan mudah menggunakannya. Berdasarkan uraian tersebut dengan

adanya kualitas layanan yaitu desain website yang merupakan tampilan visual pada layanan *internet banking* membuat nasabah semakin mudah dalam mengoperasikannya, sehingga menimbulkan kepuasan pada nasabah yang menggunakannya.

H5: Desain website berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field study research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti. (Supomo dan Indrianto, 2011: 26)

B. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti yang berkaitan dengan tujuan spesifik studi (Sekaran, 2011: 60). Data primer pada penelitian ini diperoleh dari pengisian kuesioner yang diisi secara langsung oleh responden.

Sumber data yang digunakan melalui pengisian kuisoner yang diberikan kepada nasabah pengguna *internet banking* di BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 117).

Populasi penelitian ini adalah nasabah pengguna *internet banking* di Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta.

2. Sampel

Sample adalah subkelompok atau sebagian dari populasi yang terdiri atas jumlah anggota yang dipilih dari populasi atau dengan kata lain sejumlah tapi tidak semua elemen populasi akan membentuk sampel (Sekaran, 2006: 123)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *judgement sampling* digunakan pada kelompok terbatas atau orang-orang tertentu yang memiliki informasi sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Sekaran & Bougie, 2010: 277).

Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2013: 74) adalah sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5

(independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Jadi menurut teori poin ke tiga tersebut sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 responden. Didapat dari variabel penelitian dari 6 variabel (independen dan dependen) dikalikan 10.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2013: 146). Instrumen dalam penelitian ini adalah angket yang berisi pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Instrumen tersebut disusun berdasarkan dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan dalam item-item pertanyaan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Seluruh variabel akan diukur menggunakan skala likert yang dimodifikasi dengan menghilangkan jawaban yang ditengah yaitu netral (ragu-ragu), menjadi 1 sampai 4 yang masing-masing telah diberi skor sebagai berikut:

Table 3.1 Skala Likert

Kriteria Jawaban	Bobot	Skor
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang dengan jelas mengartikan suatu variabel menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan-tindakan yang perlu mengukur variabel tersebut. Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Tujuan dari pendefinisian variabel secara operasional adalah untuk memberikan gambaran bagaimana suatu variabel tersebut akan diukur (Zainal, 2009: 247):

1. Variabel *Dependent* (Y)

Variabel *dependena* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 39).

Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah pengguna layanan *internet banking*. Kepuasan nasabah merupakan pendapat responden mengenai perasaan yang timbul setelah pemakaian layanan *internet banking* Bank BNI Syraiah. Indikator yang dapat digunakan sebagai berikut:

- a. Layanan *internet banking* Bank BNI Syariah menyediakan layanan yang cepat dan efisien.
- b. Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BNI Syariah.
- c. Saya puas dengan produk layanan *internet banking* Bank BNI Syraiah yang ada.
- d. Saya tidak ingin beralih ke bank lain.

2. Variabel *Independent* (X)

Menurut Sugiyono (2012: 34) variabel *independen* adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel *independen* dalam penelitian ini adalah:

a. Keamanan

Keamanan adalah suatu tingkat dimana nasabah percaya bahwa situs *internet banking* aman dari gangguan dan infrmasi pribadi dapat dilindungi dengan baik. Ada beberapa pengukuran indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

- 1) Bank menjamin keamanan transaksi finansial melalui *internet banking*
- 2) Bank sangat menjaga infrmasi pribadi nasabah
- 3) Saya percaya atas keamanan informasi pribadi yang saya berikan

- 4) Saya dapat melaporkan pihak bank atas penyalahgunaan informasi pribadi saya

b. Keandalan

Keandalan adalah pendapat responden tentang kemampuan bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dalam menyampaikan layanan yang telah dijanjikan secara akurat. Ada beberapa indikator yang digunakan dalam penelitian ini:

- 1) Keakuratan informasi dalam website *internet banking* BNI Syariah
- 2) Kepercayaan dalam layanan *internet banking* yang ditawarkan.
- 3) Tidak adanya eror dalam halaman website ketika proses transaksi.
- 4) Pembaharuan website yang dilakukan berkesinambungan.

c. Privasi

Privasi adalah pendapat responden mengenai kerahasiaan informasi data nasabah pengguna *internet banking* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta tidak akan disebarluaskan oleh pihak bank. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai berikut:

- 1) Bank BNI Syariah menjamin keamanan dan kerahasiaan dari data transaksi *internet banking*
- 2) Saya merasa aman dalam bertransaksi.

- 3) Bank BNI Syariah tidak akan pernah menyalahgunakan informasi pribadi nasabah.
- 4) Informasi pribadi dijamin dan dilindungi oleh situs Bank BNI Syariah

d. Akses

Akses (*accessibility*) adalah kemampuan mengakses situs *internet banking* secara cepat dan menjangkau perusahaan ketika diperlukan. Untuk mengukur variabel ini digunakan empat pertanyaan indikator melalui kuesioner:

- 1) Bank mudah dihubungi,
- 2) Situs *internet banking* memiliki kemampuan untuk mengakses semua informasi keuangan dari nasabah
- 3) Bank menyediakan teknologi paling mutakhir untuk pengembangan *internet banking*,
- 4) Situs *internet banking* mudah untuk diakses dengan koneksi *internet* yang berkecepatan rendah

e. Desain website

Desain website adalah pendapat responden tentang penampilan visual dari website *internet banking* Bank BNI Syariah yang mempunyai banyak manfaat. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai berikut :

- 1) Mudah untuk masuk pada portal website *internet banking* Bank BNI Syariah

- 2) Website *internet banking* Bank BNI Syariah menyediakan bahasa yang mudah untuk dimengerti.
- 3) Tampilan halaman website *internet banking* Bank BNI Syariah menarik.
- 4) Mudah untuk memahami tombol yang harus ditekan untuk langkah

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisoner. Kuesioner merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel peneliti (Sekaran, 2011: 82). Hasil dari kuesioner yang terkumpul kemudian akan dijadikan bahan untuk menganalisa secara kuantitatif.

G. Teknik Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuisioner. Kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner (Sunyoto, 2013: 85).

Valid atau tidaknya setiap pertanyaan ditentukan oleh besarnya yang dapat diketahui dari hasil olah data melalui *program SPSS for Windows 16.0* yaitu dengan menggunakan korelasi, dimana taraf signifikan (α) = 5%. Jika nilai r hitung lebih besar r tabel, maka variabel

tersebut valid. Jika r_{hitung} lebih kecil r_{tabel} , maka variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuisioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama (Umar, 2013: 168).

Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yang terdapat pada *SPSS for Windows 16.0* (Imam, 2005: 45).

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak (Umar, 2013: 181). Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel dependen dan data variabel independen berdistribusi normal atau mendekati normal.

b) Uji Multikolinieritas

Istilah multikolinearitas (kolinearitas ganda) pertama kali ditemukan oleh Ragnar Frisch, yang berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari model regresi ganda. (Setiawan; Kusri, 2010: 82).

Uji multikolinearitas dilakukan melalui *SPSS for Windows 16.0*. untuk melihat gejala multikolinearitas dapat dilihat dari hasil *Collinearity Statistic*. Jika hasil VIF lebih besar dari 1, berarti menunjukkan adanya gejala multikolinearitas, sedangkan jika nilai VIF mendekati 1 maka menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas. (Santoso; Ashari, 2005: 240).

c) Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residualnya mempunyai variannya tidak sama disebut terjadi homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. (Sunyoto, 2013: 90).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel dependen.

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). (Sugiyono, 2013: 277). Bentuk persamaan regresi berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Nasabah).

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien Regresi

X₁ = Variabel keamanan

X₂ = Variabel kehandalan

X₃ = Variabel privasi

X₄ = Variabel akses

X₅ = Variabel desain website

e = error

3. Uji Hipotesis

a) Uji Koefisien Determinan (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa baik regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness*

of fit). Koefisien determinasi ini mengukur prosentase total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi. (Widarjono, 2010: 19).

Besarnya koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol besarnya koefisien determinasi (R^2), maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati satu besarnya koefisien (R^2), maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. (Alghifari, 2000: 68).

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan probabilitas sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Berdasarkan variabel-variabel yang sudah dijelaskan, maka pengujian hipotesis secara simultan akan memunculkan hipotesis yang diuji yaitu :

H_a = Semua variabel indepen merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 = Semua variabel independen tidak merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian F adalah :

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti ada variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti ada variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c) Uji T (Uji Parsial)

Uji T menjelaskan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijabarkan hasil pengolahan data tentang pengaruh kualitas layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang disebarkan melalui kuesioner nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta yang telah menggunakan *internet banking*.

Kuesioner ini disebarkan dengan target 60 nasabah yang telah menggunakan *internet banking*. Seluruh kuesioner yang telah disebarkan kemudian diolah dengan aplikasi pengolah data yaitu SPSS versi 16.0.

B. Profil Responden

Responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, pendapatan, dan perangkat yang digunakan. Karakteristik respon dalam penelitian ini disajikan kedalam bentuk tabel dibawah ini:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta yang menggunakan *internet banking* dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	32	53.3	53.3	53.3
Perempuan	28	46.7	46.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang**Yogyakarta**

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta yang menggunakan *internet banking* berjenis kelamin laki-laki sebanyak 53%, sedangkan untuk jenis kelamin perempuan pengguna *internet banking* sebanyak 47%. Dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna *internet banking* di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta adalah laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data usia dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 4 kategori. Pertama usia dibawah 20 tahun, kedua usia 20-30 tahun, ketiga usia 30-40 tahun, dan terakhir usia diatas 40 tahun. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	7	11.7	11.7	11.7
	20-30 Tahun	38	63.3	63.3	75.0
	30-40 Tahun	10	16.7	16.7	91.7
	>40 Tahun	5	8.3	8.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Tabel 4.2 Usia Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa pengguna *internet banking* usia kurang dari 20 tahun sebanyak 12%, responden pengguna usia 20-30 tahun sebanyak 63%, responden pengguna usia 30-40 tahun sebanyak 17%, dan usia 40 tahun keatas sebanyak 8% pengguna. Dapat diketahui bahwa respnden yang menggunakan *internet banking* didominasi oleh usia 20-30 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dikelmpkkan menjadi 6 kategori, yaitu pelajar/mahasiswa, PNS/BUMN, karyawan swasta, wirausaha, ibu rumah tangga, dan belum bekerja. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Pekerjaan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	29	48.3	48.3	48.3
	PNS/BUMN	1	1.7	1.7	50.0
	Karyawan Swasta	21	35.0	35.0	85.0
	Wirausaha	6	10.0	10.0	95.0
	Ibu Rumah Tangga	3	5.0	5.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Tabel 4.3 Pekerjaan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh nasabah yang statusnya sebagai pelajar/mahasiswa. Hal tersebut dapat dilihat bahwa status nasabah sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 48%, responden yang bekerja sebagai PNS/BUMN sebanyak 2%, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 35%, responden yang bekerja sebagai wirausaha sebanyak 10%, dan responden yang status pekerjaannya sebagai ibu rumah tangga sebanyak 5%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data responden berdasarkan pendidikan terakhir nasabah dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	1	1.7	1.7	1.7
SMA/ sederajat	29	48.3	48.3	50.0
Perguruan Tinggi	30	50.0	50.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa responden yang telah menempuh pendidikan terakhir didominasi oleh lulusan perguruan tinggi. Adapun data yang didapat dalam penelitian ini, yaitu responden lulusan perguruan tinggi sebanyak 50%, responden lulusan SMA/ sederajat sebanyak 48%, dan responden lulusan SMP sebanyak 2%. Untuk responden lulusan SD tidak terdapat dalam penelitian ini.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Data responden tentang pendapatan yang diperoleh selama satu bulan dikategorikan menjadi 4, yaitu pendapatan kurang dari Rp 1.400.000, Rp 1.400.000 – Rp 2.800.000, Rp 2.800.000 – Rp 5.600.000, dan pendapatan lebih dari Rp 5.600.000. data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Penghasilan Perbulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp 1.400.000	33	55.0	55.0	55.0
Rp 1.400.000 - Rp 2.800.000	20	33.3	33.3	88.3
Rp 2.800.000 - Rp 5.600.000	5	8.3	8.3	96.7
>Rp 5.600.000	2	3.3	3.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan Nasabah Bank BNI Syariah

Kantor Cabang Yogyakarta

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Dari hasil data yang diperoleh pada tabel 4.5 diketahui bahwa responden dengan penghasilan kurang dari Rp 1.400.000 sebanyak 55%, responden dengan penghasilan Rp 1.400.000 – Rp 2.800.000 sebanyak 33%, penghasilan Rp 2.800.000 – Rp 5.600.000 sebanyak 8%, dan untuk responden yang berpenghasilan diatas Rp 5.600.000 sebanyak 3%.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan

Data responden berdasarkan perangkat yang digunakan dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu handphone, tablet, komputer, dan laptop. Data yang diperoleh dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Perangkat Transaksi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Handphone	57	95.0	95.0	95.0
	Tablet	2	3.3	3.3	98.3
	Komputer	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Tabel 4.6 Perangkat Transaksi Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa perangkat yang banyak digunakan oleh responden yaitu handphone sebanyak 95%, tablet 3%, dan komputer sebanyak 2%. Perangkat yang sering digunakan responden didominasi oleh handphone.

C. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Valid tidaknya setiap pertanyaan pada kuesioner ditentukan oleh besarnya r_{hitung} yang dapat diketahui dari hasil olah data. Analisis yang digunakan dalam uji validitas ini menggunakan analisis df (*degree of freedom*) yaitu dengan rumus $df = n-2$ dengan n adalah jumlah responden. Taraf signifikan (α) = 5%. Maka $df = n-2$ ($60-2$) = 58, maka $r_{tabel} = 0,2542$. Berikut hasil pengolahan uji validitas menggunakan program komputer SPSS versi 16.0:

Variabel	Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Keamanan (X ₁)	1	0,598	0,2542	Valid
	2	0,720	0,2542	Valid
	3	0,616	0,2542	Valid
	4	0,394	0,2542	Valid
Kehandalan (X ₂)	1	0,559	0,2542	Valid
	2	0,597	0,2542	Valid
	3	0,591	0,2542	Valid
	4	0,462	0,2542	Valid
Privasi (X ₃)	1	0,628	0,2542	Valid
	2	0,543	0,2542	Valid
	3	0,663	0,2542	Valid
	4	0,628	0,2542	Valid
Akses (X ₄)	1	0,624	0,2542	Valid
	2	0,545	0,2542	Valid
	3	0,548	0,2542	Valid
	4	0,375	0,2542	Valid
Desain Website (X ₅)	1	0,608	0,2542	Valid
	2	0,748	0,2542	Valid
	3	0,438	0,2542	Valid
	4	0,414	0,2542	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,588	0,2542	Valid
	2	0,509	0,2542	Valid
	3	0,518	0,2542	Valid
	4	0,447	0,2542	Valid

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa semua indikator yang digunakan dalam semua variabel mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Hal ini berarti pertanyaan pada kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuisoner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ yang terdapat pada *SPSS for Windows 16.0* (Imam, 2005: 45). Berikut hasil pengolahan data uji reliabilitas menggunakan program komputer *SPSS* versi 16.0:

Variabel	Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Keamanan (X ₁)	1	0,917	0,60	Reliabel
	2	0,914	0,60	Reliabel
	3	0,916	0,60	Reliabel
	4	0,921	0,60	Reliabel
Kehandalan (X ₂)	1	0,918	0,60	Reliabel
	2	0,917	0,60	Reliabel
	3	0,917	0,60	Reliabel
	4	0,919	0,60	Reliabel
Privasi (X ₃)	1	0,916	0,60	Reliabel
	2	0,918	0,60	Reliabel
	3	0,916	0,60	Reliabel
	4	0,916	0,60	Reliabel

Akses (X ₄)	1	0,916	0,60	Reliabel
	2	0,918	0,60	Reliabel
	3	0,918	0,60	Reliabel
	4	0,923	0,60	Reliabel
Desain Website (X ₅)	1	0,917	0,60	Reliabel
	2	0,915	0,60	Reliabel
	3	0,919	0,60	Reliabel
	4	0,920	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,917	0,60	Reliabel
	2	0,918	0,60	Reliabel
	3	0,918	0,60	Reliabel
	4	0,919	0,60	Reliabel

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa *cronbach's alpha* semua variabel adalah (lebih besar) > dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini reliabel dan layak untuk digunakan.

D. Analisis Data

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Sugiyono,

2005: 75). Pengujian data dikatakan normal jika nilai signifikansi atau probabilitas lebih besar dari 0,05. Berikut hasil pengolahan data menggunakan program komputer SPSS versi 16.0:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.59063619
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.111
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		.877
Asyp. Sig. (2m-tailed)		.425

a. Test distribution is Normal.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data Primer Nasabah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 diatas pengujian data dengan menggunakan pendekatan Uji *Kolmogrov-Smirnov* dapat menunjukkan data normal apabila diperoleh hasil nilai signifikansi $\geq 0,05$. Berdasarkan hasil tabel 4.9 diatas diketahui bahwa nilai *Asyp. Sig. (2m-tailed)* sebesar 0,425. Dengan demikian nilai sig. 0,425 (lebih besar atau sama dengan) $\geq 0,05$ maka data dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

bebas (Ghazali, 2006: 91). Multikolinearitas antar variabel dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variances inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah menunjukkan nilai VIF yang tinggi. Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghazali, 2006: 92). Berikut hasil uji multikolinearitas:

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.155	1.070		2.948	.005		
Keamanan	.624	.097	.677	6.424	.000	.271	3.687
Kehandalan	-.157	.053	-.176	-2.986	.004	.867	1.154
Privasi	.021	.050	.024	.418	.677	.939	1.065
Akses	-.058	.047	-.073	-1.236	.222	.865	1.156
Desain_Website	.326	.103	.325	3.158	.003	.285	3.514

a. Dependent Variable:
Kepuasan_Nasabah

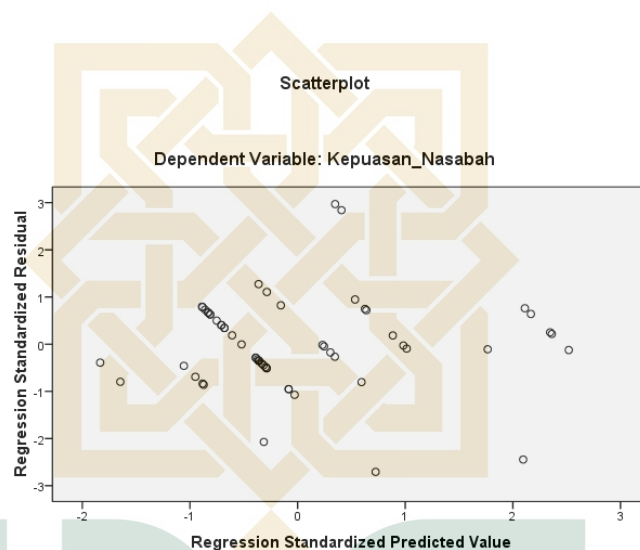
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

Sumber: Data Primer Nasabah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas, yaitu semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya multikolinearitas pada variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada dan tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah yang menunjukkan homoskedastisitas. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini:



Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Nasabah, Tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk pola serta penyebarannya berada di atas maupun bawah 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

2. Hasil Uji Regresi Berganda

Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini, bisa dilihat di tabel 4.12 dibawah ini:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	3.155	1.070		2.948	.005		
Keamanan	.624	.097	.677	6.424	.000	.271	3.687
Kehandalan	-.157	.053	-.176	-2.986	.004	.867	1.154
Privasi	.021	.050	.024	.418	.677	.939	1.065
Akses	-.058	.047	-.073	-1.236	.222	.865	1.156
Desain_Website	.326	.103	.325	3.158	.003	.285	3.514

a. Dependent Variable:
Kepuasan_Nasabah

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda

Sumber: Data Primer Nasabah, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.12 di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,155 + 0,624X_1 + (-0,157X_2) + 0,021X_3 + (-0,058X_4) + 0,326X_5 + e$$

Interpretasi dari rumus persamaan di atas adalah sebagai berikut:

a. Konstanta (a)

Nilai konstanta adalah 3,155, hal ini memiliki arti jika variabel Keamanan (X_1), Kehandalan (X_2), Akses (X_3), Privasi

(X₄), dan Desain Website (X₅) dianggap konstan maka nilai dari Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 3,155.

b. Variabel Keamanan (X₁) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Koefisien $X_1 = 0,624$ dan bernilai positif, hal ini memiliki arti bahwa setiap kenaikan keamanan sebesar satu satuan, maka akan menaikkan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,624 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

c. Variabel Keandalan (X₂) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Koefisien $X_2 = (-0,157)$ dan bernilai positif, hal ini memiliki arti bahwa setiap kenaikan keandalan sebesar satu satuan, maka akan menaikkan variabel kepuasan nasabah sebesar (-0,157) dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

d. Variabel Privasi (X₃) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Koefisien $X_3 = 0,21$ dan bernilai positif, hal ini memiliki arti bahwa setiap kenaikan privasi sebesar satu satuan, maka akan menaikkan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,021 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

e. Variabel Akses (X₄) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Koefisien $X_4 = (-0,058)$ dan bernilai negatif, hal ini memiliki arti bahwa setiap kenaikan akses sebesar satu satuan, maka akan menaikkan variabel kepuasan nasabah sebesar (-0,058)

dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Koefisien bernilai negatif artinya ada hubungan antara akses dengan kepuasan nasabah, semakin tinggi akses maka semakin turun kepuasan nasabah.

f. Variabel Desain Website (X_5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Koefisien $X_5 = 0,326$ dan bernilai positif, hal ini memiliki arti bahwa setiap kenaikan desain website sebesar satu satuan, maka akan menaikkan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,326 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghazali, 2006: 51). Sedangkan koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan koefisien yang telah disesuaikan (*adjusted* R^2). Berikut ini hasil pengolahan data koefisien determinasi menggunakan program komputer SPSS versi 16.0:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	.837	.822	.617

a. Predictors: (Constant), Desain_Website, Privasi, Kehandalan, Akses, Keamanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Tabel 4.13 Hasil Adjusted R²

Sumber: Data Primer Nasabah, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, dapat diketahui nilai R² sebesar 0,822. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keamanan, Kehandalan, Akses, Privasi, dan Desain Website mampu menjelaskan 82,2% variabilitas nasabah yang menggunakan *internet banking*, sedangkan sisanya yaitu sebesar $100\% - 82,2\% = 17,8\%$ dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui bersama-sama tingkat signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan probabilitas sebesar 5% (0,05). Jika nilai signifikan $\geq 0,05$, maka H₀ diterima H_a ditolak. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka H₀ ditolak H_a diterima (Kurniati, 2014: 50). Berikut hasil pengolahan data uji F dengan menggunakan program komputer SPSS versi 16.0:

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.018	5	21.204	55.630	.000 ^a
	Residual	20.582	54	.381		
	Total	126.600	59			

a. Predictors: (Constant), Desain_Website, Privasi, Keandalan, Akses, Keamanan

b. Dependent Variable:
Kepuasan_Nasabah

Tabel 4.14 Hasil Uji F

Sumber: Data Primer Nasabah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 55,630 dengan taraf signifikan $0,000 \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keamanan, Keandalan, Akses, Privasi, dan Desain Website berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

c. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas secara tersendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujian apabila nilai signifikan $\leq 0,05$ dan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$.

Berikut ini hasil pengujian uji t sebagai berikut:

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.155	1.070		2.948	.005		
	Keamanan	.624	.097	.677	6.424	.000	.271	3.687
	Kehandalan	-.157	.053	-.176	-2.986	.004	.867	1.154
	Privasi	.021	.050	.024	.418	.677	.939	1.065
	Akses	-.058	.047	-.073	-1.236	.222	.865	1.156
	Desain_Website	.326	.103	.325	3.158	.003	.285	3.514

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Tabel 4.15 Hasil Uji T

Sumber: Data Primer Nasabah, 2018

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa hasil uji t sebagai berikut:

1. Keamanan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,000 \geq 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $6,424 \leq$ dari t_{tabel} 2,00172.

Hal ini menunjukkan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Kehandalan terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah yang

diperoleh nilai sebesar $0,004 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $(-2,986) \geq$ dari t tabel $(-2,00172)$. Hal ini menunjukkan kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima

3. Privasi terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh privasi terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,677 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $0,418 \leq$ dari t tabel $2,00172$. Hal ini menunjukkan privasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. Akses terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh akses terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,222 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $(-1,236) \leq$ dari t tabel $2,00172$. Hal ini menunjukkan akses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

5. Desain Website terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh desain website terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,003 \leq 0,05$ dan t hitung sebesar $3,158 \geq$ dari t tabel $2,00172$. Hal ini menunjukkan desain website berpengaruh secara

signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

E. Pembahasan Hipotesis

Berdasarkan pengujian regresi linier berganda sebagaimana yang sudah dijelaskan sebelumnya interpretasi hasil disajikan dalam lima bagian sebagai berikut:

1. Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis Pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah Keamanan (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Aspek keamanan merupakan hal yang terpenting dalam sebuah sistem informasi. Namun akan menjadi masalah besar jika keamanan suatu perusahaan perbankan, terkait dengan data-data perbankan yang bersifat rahasia. Menurut Budhi Rahardjo (2005: 2)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,000 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $6,424 \leq$ dari t tabel 2,00172. Hal ini menunjukkan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan dalam *internet banking* yang meliputi bank menjamin keamanan transaksi finansial, bank sangat menjaga informasi pribadi nasabah, kepercayaan

keamanan informasi pribadi nasabah yang diberikan kepada bank, dan nasabah dapat melaporkan pihak bank atas penyalahgunaan informasi pribadi nasabah, sangat diperhatikan oleh nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Dengan demikian semakin baik keamanan *internet banking* yang diberikan oleh Bank BNI Syariah maka akan semakin baik pula kepuasan nasabah. Dan juga sebaliknya, semakin buruk keamanan *internet banking* yang diberikan oleh Bank BNI Syariah maka akan semakin buruk kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kehandalan terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis Kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah Kehandalan (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Nasabah akan menilai realibilitas berdasarkan pada kemampuan perusahaan jasa dalam memberikan layanan yang konsisten sesuai dengan yang dijanjikan Sehingga kehandalan ini akan melibatkan keteguhan dan keseragaman dalam kinerja online banking atau *internet banking* (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011).

Berdasarkan hasil tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,004 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $(-2,986) \geq$ dari t tabel $(-2,00172)$. Hal ini menunjukkan kehandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehandalan dalam *internet banking* yang meliputi keakuratan informasi dalam website *internet banking* BNI Syariah, kepercayaan dalam layanan *internet banking* yang ditawarkan, tidak adanya eror dalam halaman website ketika proses transaksi, dan pembaharuan website yang dilakukan berkesinambungan, sangat diperhatikan oleh nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta. Dengan demikian semakin baik kehandalan *internet banking* yang diberikan oleh Bank BNI Syariah maka akan semakin baik pula kepuasan nasabah. Dan juga sebaliknya, semakin buruk kehandalan *internet banking* yang diberikan oleh Bank BNI Syariah maka akan semakin buruk kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Privasi terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis Ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah privasi (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Privasi mengungkapkan bahwa menampilkan catatan kegiatan berbelanja dan keamanan informasi kartu kredit/rekening tidak akan dibagi atau disebarluaskan (Mohsin Zafar, *et al.*, 2011). Karena privasi juga merupakan keamanan yang menjadi unsur penting untuk dipertimbangkan oleh nasabah. Informasi atau rahasia nasabah tidak akan disebarluaskan oleh bank.

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh privasi terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,677 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $0,418 \leq$ dari t tabel

2,00172. Hal ini menunjukkan privasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel privasi tidak dianggap penting dalam transaksi *internet banking*. Karena sebagian besar pengguna *internet banking* BNI Syariah adalah pelajar/mahasiswa. Bagi mereka privasi tidak menjadi faktor penentu kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Akses terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis Keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah akses (X_4) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Layanan *internet banking* adalah layanan jasa secara *online* sehingga dibutuhkan akses yang mudah selama 24 jam, dan mampu membantu nasabah untuk melakukan transaksi dengan cepat dalam mengakses layanan atau fitur-fitur yang dibutuhkan. Serta memberikan respon yang cepat dan tepat pada setiap transaksi yang dilakukan pengguna *internet banking*.

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh akses terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,222 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $(-1,236) \leq$ dari t tabel 2,00172. Hal ini menunjukkan akses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel akses yang meliputi bank mudah dihubungi, situs *internet banking* memiliki kemampuan untuk mengakses semua informasi keuangan dari nasabah, bank menyediakan teknologi paling mutakhir untuk pengembangan *internet banking*, dan situs *internet banking* mudah untuk diakses dengan koneksi *internet* yang berkecepatan rendah, tidak dianggap penting bagi nasabah. Serta tidak menjadi faktor utama kepuasan nasabah. Karena sebagian besar pengguna *internet banking* BNI Syariah Cabang Yogyakarta adalah pelajar/mahasiswa yang tidak terlalu sering menggunakan akses *internet banking* untuk menunjang kebutuhan nasabah. Nasabah lebih suka datang langsung ke tempat bank untuk bertransaksi.

5. Pengaruh Desain Website terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis Kelima yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah desain website (X_5) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Penampilan secara fisual yang menarik, fungsi penelusuran didalam jaringan web terorganisasi secara baik cepat dan mudah diakses dan memiliki tingkat kesalahan (error) yang sangat kecil (S Fatemeh Sakhaei, *et al.*, 2014). Desain website merupakan tampilan keseluruhan web yang ditampilkan.

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh desain website terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,003 \leq 0,05$ dan t hitung sebesar $3,158 \geq$ dari t

tabel 2,00172. Hal ini menunjukkan desain website berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain website diperhatikan oleh nasabah BNI Syariah, serta tampilan desain website yang meliputi mudah untuk masuk pada portal website *internet banking* Bank BNI Syariah, website *internet banking* Bank BNI Syariah menyediakan bahasa yang mudah untuk dimengerti, tampilan halaman website *internet banking* Bank BNI Syariah menarik, dan mudah untuk memahami tombol yang harus ditekan untuk langkah. Salah satu faktor kepuasan nasabah Dengan demikian semakin baik desain website *internet banking* yang diberikan oleh Bank BNI Syariah maka akan semakin baik pula kepuasan nasabah. Dan juga sebaliknya, semakin buruk desain website *internet banking* yang diberikan oleh Bank BNI Syariah maka akan semakin buruk kepuasan nasabah

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemanan dengan kepuasan nasabah. Diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,000 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $6,424 \leq$ dari t tabel $2,00172$. Hal ini menunjukkan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan hipotesis yang menyatakan kemanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta diterima atau didukung.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan anatar variabel kehandalan dengan kepuasan nasabah. Dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,004 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $(-2,986) \geq$ dari t tabel $(-2,00172)$. Hal ini menunjukkan kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan hipotesis yang menyatakan kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan

nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta diterima atau didukung.

3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel privasi dengan kepuasan nasabah. Dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh privasi terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,677 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $0,418 \leq$ dari t tabel 2,00172. Hal ini menunjukkan privasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
4. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel akses dengan kepuasan nasabah. Dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh akses terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,222 \geq 0,05$ dan t hitung sebesar $(-1,236) \leq$ dari t tabel 2,00172. Hal ini menunjukkan akses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel desain website dengan kepuasan nasabah. Dapat diketahui bahwa probabilitas signifikan pengaruh desain website terhadap kepuasan nasabah yang diperoleh nilai sebesar $0,003 \leq 0,05$ dan t hitung sebesar $3,158 \geq$ dari t tabel 2,00172. Hal ini menunjukkan desain website berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat

dikatakan hipotesis yang menyatakan desain website berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta diterima atau didukung.

Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian

Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna *internet banking* adalah keamanan, kehandalan, dan desain website. Sedangkan variabel privasi dan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking*

B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya yang dapat diterapkan untuk penelitian mengenai *internet banking* adalah sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna *internet banking*.
- b. Bagi pihak BNI Syariah Cabang Yogyakarta hendaknya untuk terus mengelola layanan *internet banking* dengan sebaik-baiknya dan memberikan data yang update sehingga nasabah dapat mengaksesnya dengan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Widarjono. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Algifari. (2000). *Analisis Regresi, Teori, Kasus & Solusi*. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Ashari, Purbayu Busi Santoso. (2005). *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta
- Berry, Leonard L; A. Parasuraman. (1991); *Marketing Services, Competing Through Quality*, the Free Press, New York.
- Budi Rahardjo. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Indonesia
- Danang Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggta Ikapi
- Hadi, Sutrisno. (2004). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Imam Ghozali. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3*, Semarang: BPUD

Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM*

SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro

Kasmir. (2008) . *Pemasaran Bank*. Jakarta :Kencana

Kasmir. (2008). *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*. Jakarta, Salemba Empat-Prentice Hall, Hal 83-92

Kotler P, Kevin LK. (2009) . *Manajemen Pemasaran. edisi ke-13. Jilid I*. Jakarta (ID): PT. Indeks.

Lovelock CH, Wirtz J, Mussry J. (2010) . *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia. edisi ke-7. Jilid 2*. Dian W, Devri BP, Penerjemah. Jakarta (ID): Penerbit Erlangga.

M. Nur Rianto Al Arif. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta

M. Syafi'i Antonio. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta:Gema Insani Press

Mohsin Zafar, Arshad Zaheer, Saleem-ur-Rahman dan Kashif ur Rehman. (2011).
“Impact of Online Service Quality on Customer Satisfaction in Banking

Sector Of Pakistan”. *Journal of Business Management* Vol.5 No.30. Pp 11786-117893.

Muhammad. (2005). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN

Muhammad Syafi'i Antonio. (2001). *Islamic Banking: Bank syariah dari teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press

Mussry, J, Wirtz, J dan Lovelock, C., 2010, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)*, Jakarta: Erlangga

Nur Indrianto dan Bambang Supomo. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, cet. ke-4*. Yogyakarta: BPFE

Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramdia Pustaka Utama

Riswandi, B.A., 2005, *Aspek Hukum Internet Banking*, Raja Grafindo: Jakarta

S. Fatemeh Sakhei, Ahmad J. Afshari, Ezzatollah Esmaili. (2014). “The Impact of Sevices Quality on Customer Satisfaction in Internet Banking”. *Journal of mathematics and Computer Science* vol 9. Pp 33-40.

Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat

Sekaran, Uma. (2012). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat

- Setiawan dan Dwi Endah Kusri. (2010). *Ekonometrika*, Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sugiarto, Endar. (2003). *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dari R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, (2014) . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono F. (2000) . *Manajemen Jasa*. Yogyakarta (ID): Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy dan Gregious Chandra. (2016). *Service, Quality dan Satifiction*, Edisi 4, Andi Offset:Yogyakarta.
- Veithzal Rivai dan Arviyan. (2010). *Islamic Banking*. Jakarta: Bumi Aksara
- Yazid. (2008). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, edisi ke-2, cet. ke-4, Yogyakarta: Ekonisia

Zainal, Arifin. (2009). *Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru*. Cet.

Ke-1. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya

Zeithaml, et al. (2002) . *Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical*

Review Of Extant Knowledge. *Academy of Marketing Science*

WEBSITE

[https://www.jawapos.com/teknologi/20/02/2018/apjii-pengguna-internet-](https://www.jawapos.com/teknologi/20/02/2018/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-143-juta-ini-rinciannya)

[indonesia-tembus-143-juta-ini-rinciannya](https://www.jawapos.com/teknologi/20/02/2018/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-143-juta-ini-rinciannya), diakses pada 17 Juli 2018 pukul 22:44



Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN *INTERNET BANKING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI SYARIAH CABANG YOGYAKARTA

Hari/Tanggal :

No. Kuesioner :

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Kuesioner ini diajukan untuk keperluan skripsi mengenai **Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta**. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti mengharap bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan penilaian secara objektif. Data yang anda isi akan terjaga kerahasiaannya dan hanya untuk digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Atas bantuan dan partisipasinya diucapkan terimakasih.

Wassalamua'alaikum Wr.Wb.

Peneliti,

Harbeis Suraone

13820200

Petunjuk Pengisian:

Pada pertanyaan dibawah ini, responden dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan berikut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya.

Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Usia:
 - a. Kurang dari 20 Tahun
 - b. 20-30 Tahun
 - c. 30-40 Tahun
 - d. Lebih dari 40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir:
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/ sederajat
 - d. Perguruan Tinggi
5. Pekerjaan:
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. PNS/BUMN
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Wirausaha
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Belum Bekerja
6. Pendapatan Perbulan:
 - a. $\leq$ Rp 1.400.000
 - b. Rp 1.400.000 - Rp 2.800.000
 - c. Rp 2.800.000 - Rp 5.600.000
 - d. $\geq$ Rp 5.600.000
7. Perangkat Yang Digunakan Untuk Mengakses *Internet Banking*:
 - a. Handphone
 - b. Tablet
 - c. Komputer
 - d. Laptop

Petunjuk pengisian:

Silahkan pilih jawaban yang menurut anda paling mendekati dengan kondisi yang sebenarnya dengan jalan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

- | | |
|-----|-----------------------|
| SS | : Sangat Setuju |
| S | : Setuju |
| TS | : Tidak Setuju |
| STS | : Sangat Tidak Setuju |



No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
A	Keamanan				
1	Bank menjamin keamanan transaksi finansial melalui <i>internet banking</i>				
2	Bank sangat menjaga informasi pribadi nasabah				
3	Saya percaya atas keamanan informasi pribadi yang saya diberikan				
4	Saya dapat melaporkan pihak bank atas penyalahgunaan informasi pribadi saya				
B	Kehandalan	SS	S	TS	STS
1	Keakuratan informasi dalam website <i>internet banking</i> BNI Syariah				
2	Kepercayaan dalam layanan <i>internet banking</i> yang ditawarkan				
3	Tidak adanya error dalam halaman website ketika proses transaksi				
4	Pembaharuan website yang dilakukan berkesinambungan				
C	Privasi	SS	S	TS	STS
1	Bank BNI Syariah menjamin keamanan dan kerahasiaan dari data transaksi <i>internet banking</i>				
2	Saya merasa aman dalam bertransaksi				
3	Bank BNI Syariah tidak akan pernah menyalahgunakan informasi pribadi nasabah				
4	Informasi pribadi dijamin dan dilindungi oleh situs Bank BNI Syariah				
D	Akses	SS	S	TS	STS
1	Bank mudah dihubungi				

2	Situs <i>internet banking</i> memiliki kemampuan untuk mengakses semua informasi keuangan dari nasabah				
3	Bank menyediakan teknologi paling mutakhir untuk pengembangan <i>internet banking</i>				
4	Situs <i>internet banking</i> mudah diakses dengan koneksi <i>internet</i> yang berkecepatan rendah				
E	Desain Website	SS	S	TS	STS
1	Mudah untuk masuk pada portal website <i>internet banking</i> BNI Syariah				
2	Website <i>internet banking</i> Bank BNI Syariah menyediakan bahasa yang mudah dimengerti				
3	Tampilan halaman website <i>internet banking</i> Bank BNI Syariah menarik				
4	Mudah untuk memahami tombol yang harus ditekan untuk langkah				
F	Kepuasan Nasabah	SS	S	TS	STS
1	Layanan <i>internet banking</i> Bank BNI Syariah menyediakan layanan yang cepat dan efisien				
2	Saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BNI Syariah				
3	Saya puas dengan produk layanan <i>internet banking</i> Bank BNI Syariah yang ada				
4	Saya tidak ingin beralih ke bank lain				

Lampiran II

Data Responden Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Perbulan	Perangkat Transaksi
1	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	<1.400.000	Handphone
2	Perempuan	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
3	Laki-Laki	20-30	SMA/ sederajat	Karyawan Swasta	<1.400.000	Handphone
4	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
5	Laki-Laki	20-30	SMA/ sederajat	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
6	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
7	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
8	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
9	Laki-Laki	<20	SMA/ sederajat	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
10	Perempuan	20-30	SMA/ sederajat	Karyawan Swasta	<1.400.000	Komputer

11	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
12	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
13	Laki-Laki	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
14	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
15	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	2.800.000-5.600.000	Handphone
16	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
17	Perempuan	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
18	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
19	Perempuan	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Tablet
20	Perempuan	<20	SMA/ sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
21	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
22	Perempuan	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
23	Laki-Laki	<20	SMA/ sederajat	Pelajar/Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
24	Laki-Laki	<20	SMA/ sederajat	Pelajar/Mahasiswa	1.400.000-2.800.000	Handphone

25	Perempuan	30-40	Perguruan Tinggi	Ibu Rumah Tangga	1.400.000-2.800.000	Handphone
26	Perempuan	>40	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	2.800.000-5.600.000	Handphone
27	Laki-Laki	30-40	SMA/ sederajat	Wirausaha	1.400.000-2.800.000	Handphone
28	Laki-Laki	30-40	SMP	Wirausaha	1.400.000-2.800.000	Handphone
29	Perempuan	>40	SMA/ sederajat	Ibu Rumah Tangga	<1.400.000	Tablet
30	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
31	Laki-Laki	>40	SMA/ sederajat	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
32	Perempuan	30-40	SMA/ sederajat	Wirausaha	1.400.000-2.800.000	Handphone
33	Laki-Laki	<20	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
34	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
35	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
36	Perempuan	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
37	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
38	Perempuan	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone

39	Perempuan	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
40	Laki-Laki	<20	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
41	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
42	Laki-Laki	>40	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	>5.600.000	Handphone
43	Laki-Laki	30-40	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
44	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
45	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	1.400.000-2.800.000	Handphone
46	Laki-Laki	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
47	Laki-Laki	<20	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
48	Laki-Laki	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
49	Perempuan	30-40	Perguruan Tinggi	PNS/ BUMN	>5.600.000	Handphone
50	Perempuan	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	2.800.000-5.600.000	Handphone
51	Laki-Laki	30-40	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	2.800.000-5.600.000	Handphone
52	Laki-Laki	30-40	SMA/ sederajat	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone

53	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Wirausaha	1.400.000-2.800.000	Handphone
54	Laki-Laki	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
55	Perempuan	30-40	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
56	Perempuan	30-40	SMA/ sederajat	Ibu Rumah Tangga	<1.400.000	Handphone
57	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Karyawan Swasta	1.400.000-2.800.000	Handphone
58	Laki-Laki	20-30	SMA/ sederajat	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
59	Laki-Laki	20-30	Perguruan Tinggi	Pelajar/ Mahasiswa	<1.400.000	Handphone
60	Laki-Laki	>40	SMA/ sederajat	Wirausaha	2.800.000-5.600.000	Handphone

Lampiran III

Hasil Olah Data Kuesioner Penelitian

No	X1				Total	X2				Total	X3				Total	X4				Total	X5				Total	Y				Total
1	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
2	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
4	3	3	3	3	12	4	4	3	3	14	3	3	4	4	14	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	2	2	2	8	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
6	3	3	2	2	10	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15	2	3	3	1	9	1	3	3	3	10	1	3	3	3	10
7	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
8	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	2	3	2	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
10	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	3	4	3	3	13	3	4	3	3	13
11	3	3	4	3	13	4	3	3	3	13	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13
12	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	3	3	4	4	14	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
13	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
14	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	4	4	3	2	13	4	4	3	3	14	4	4	3	3	14
15	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15
16	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13
17	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
18	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
19	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12

21	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
22	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
23	3	3	2	2	10	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	2	2	10	3	3	2	2	10
24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
25	3	3	3	3	12	3	3	2	2	10	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
26	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
27	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	3	4	4	3	14	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13
28	4	4	4	4	16	3	2	3	2	10	4	4	3	3	14	3	4	3	3	13	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13
29	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
30	3	3	3	2	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	2	2	2	8	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12
31	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15	3	3	3	2	11	3	3	3	4	13	4	4	4	3	15
32	3	3	2	2	10	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	4	3	3	4	14	3	3	3	2	11
33	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
34	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	4	3	3	3	13	3	4	3	3	13	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12
35	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
36	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
37	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	4	3	4	14	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	2	13	4	4	3	4	15	4	4	4	3	15
39	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
40	4	3	3	4	14	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	4	4	3	15
41	3	3	3	2	11	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
42	3	3	3	2	11	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
43	3	2	3	3	11	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
44	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	3	3	2	11	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14

45	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	3	3	3	13
46	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10
47	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13
48	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13	3	2	4	2	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
49	3	2	3	2	10	3	3	2	2	10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
50	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
51	3	3	2	3	11	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
52	3	3	3	2	11	3	3	2	3	11	4	3	3	3	13	3	4	4	3	14	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13
53	4	3	3	4	14	4	4	2	4	14	4	4	3	3	14	3	4	3	3	13	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13
54	3	3	2	3	11	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
55	3	3	3	2	11	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
56	3	2	3	3	11	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
57	3	3	3	2	11	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
58	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	3	3	2	11	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
59	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	4	3	3	3	13
60	4	4	3	3	14	3	3	4	4	14	4	3	3	3	13	3	2	3	3	11	3	3	4	3	13	3	4	4	3	14



Lampiran IV

Profil Responden Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	32	53.3	53.3	53.3
Perempuan	28	46.7	46.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 Tahun	7	11.7	11.7	11.7
20-30 Tahun	38	63.3	63.3	75.0
30-40 Tahun	10	16.7	16.7	91.7
>40 Tahun	5	8.3	8.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	1	1.7	1.7	1.7
SMA/ sederajat	29	48.3	48.3	50.0
Perguruan Tinggi	30	50.0	50.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	29	48.3	48.3	48.3
PNS/BUMN	1	1.7	1.7	50.0
Karyawan Swasta	21	35.0	35.0	85.0
Wirausaha	6	10.0	10.0	95.0
Ibu Rumah Tangga	3	5.0	5.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Penghasilan Perbulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp 1.400.000	33	55.0	55.0	55.0
Rp 1.400.000 - Rp 2.800.000	20	33.3	33.3	88.3
Rp 2.800.000 - Rp 5.600.000	5	8.3	8.3	96.7
>Rp 5.600.000	2	3.3	3.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Perangkat Transaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Handphone	57	95.0	95.0	95.0
Tablet	2	3.3	3.3	98.3
Komputer	1	1.7	1.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

LAMPIRAN V

Output Hasil SPSS 16.0

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	73.68	50.017	.598	.917
X2	73.57	48.826	.720	.914
X3	73.65	48.909	.616	.916
X4	73.45	51.099	.394	.921
X6	73.78	50.783	.559	.918
X7	73.80	50.671	.597	.917
X8	74.18	48.254	.591	.917
X9	73.80	50.671	.462	.919
X11	73.57	49.470	.628	.916
X12	73.67	50.328	.543	.918

X13	73.60	49.295	.663	.916
X14	73.65	49.689	.628	.916
X16	73.80	49.214	.624	.916
X17	73.77	49.402	.545	.918
X18	73.73	50.572	.548	.918
X19	74.03	50.134	.375	.923
X21	73.80	49.620	.608	.917
X22	73.77	49.979	.748	.915
X23	73.83	51.802	.438	.919
X24	73.77	51.572	.414	.920
Y1	73.83	49.972	.588	.917
Y2	73.77	51.301	.509	.918
Y3	73.77	50.928	.518	.918
Y4	73.97	50.812	.447	.919

2. Pengujian Hipotesis

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.915 ^a	.837	.822	.617

a. Predictors: (Constant), Desain_Website, Privasi, Kehandalan, Akses, Keamanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	106.018	5	21.204	55.630	.000 ^a
Residual	20.582	54	.381		
Total	126.600	59			

a. Predictors: (Constant), Desain_Website, Privasi, Kehandalan, Akses, Keamanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	106.018	5	21.204	55.630	.000 ^a
	Residual	20.582	54	.381		
	Total	126.600	59			

a. Predictors: (Constant), Desain_Website, Privasi, Kehandalan, Akses, Keamanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.155	1.070		2.948	.005		
	Keamanan	.624	.097	.677	6.424	.000	.271	3.687
	Kehandalan	-.157	.053	-.176	-2.986	.004	.867	1.154
	Privasi	.021	.050	.024	.418	.677	.939	1.065
	Akses	-.058	.047	-.073	-1.236	.222	.865	1.156
	Desain_Website	.326	.103	.325	3.158	.003	.285	3.514

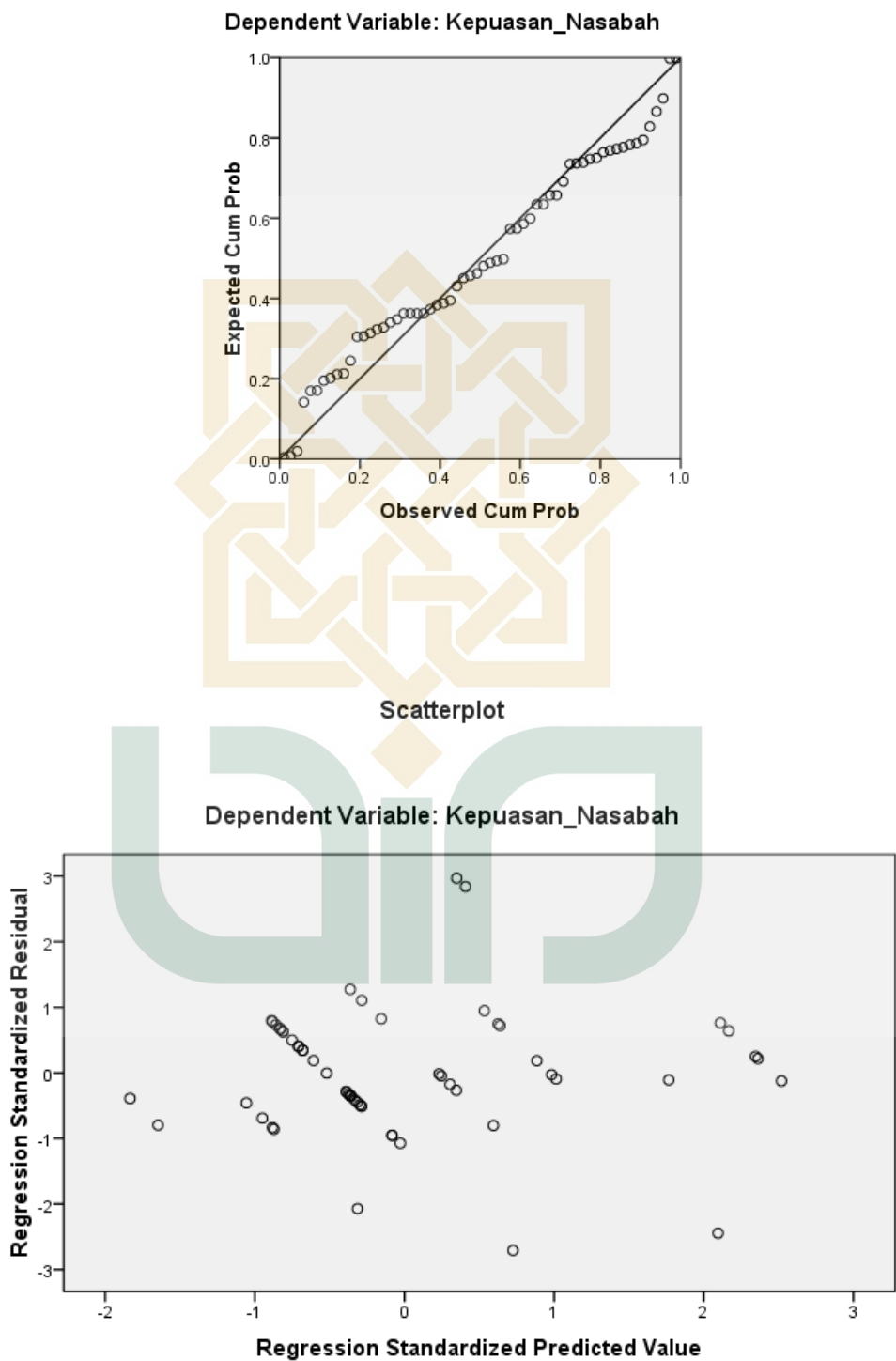
a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10.24	16.08	12.70	1.340	60
Residual	-1.671	1.833	.000	.591	60
Std. Predicted Value	-1.834	2.519	.000	1.000	60
Std. Residual	-2.707	2.969	.000	.957	60

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

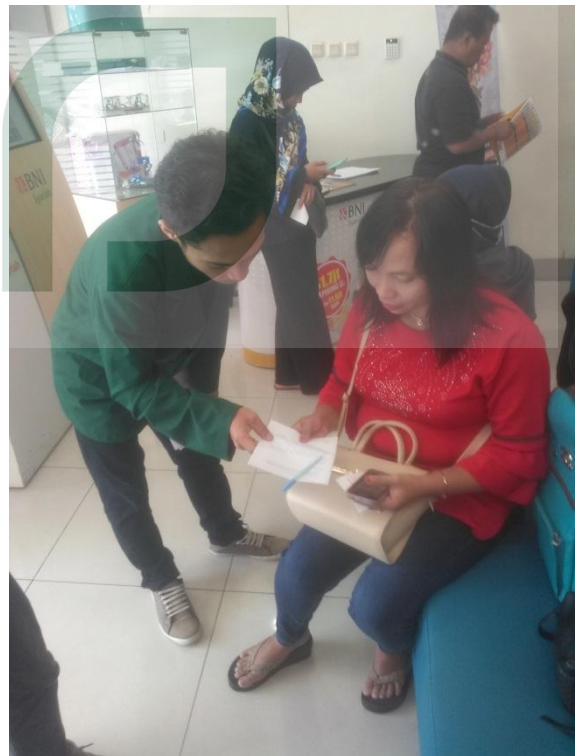
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.59063619
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.111
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		.877
Asymp. Sig. (2-tailed)		.425

a. Test distribution is Normal.



Lampiran V

Dokumentasi Penelitian



Lampiran VII

CURRICULUM VITAE



A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Harbeis Suraone
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Purwokerto, 21 Juni 1993
Alamat Asal : Jalan Gerilya Timur Rt 01/Rw 06 Purwokerto,
Banyumas, Jawa Tengah
Alamat Tinggal : Ambarukmo Rt 02/Rw 01 Caturtunggal, Depok,
Sleman
Email : pwt_anak@yahoo.co.id
No. HP : 088980010346

B. Latar Belakang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
TK	-	-
SD	SD Negeri 01 Berkoh	1999-2005
SMP	SMP Negeri 7 Purwokerto	2005-2008
SMA/ sederajat	MAN 2 Purwokerto	2008-2011
S1	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2013-2018

C. Pengalaman Organisasi

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1	Pramuka MAN 2 Purwokerto	Sekretaris	2009-2011
2	PMR MAN 2 Purwokerto	Sekretaris	2009-2011
3	MAPALASKA	Staff Pers	2014-2015

		Wakil Ketua	2015-2016
		OPDIK(Operasional Pendidikan)	2016-2018

D. Pengalaman Pekerjaan

1. PT. Rita Ritellindo Purwokerto
 Periode : November 2011 – Mei 2012
 Status : Karyawan Kontrak
 Jabatan : Pramuniaga
2. PT. Graha Kerindo Utama Bekasi
 Periode : Agustus 2012 – Agustus 2013
 Status : Karyawan Kontrak
 Jabatan : Packer
3. PT. Carrefour Indonesia Yogyakarta
 Periode : September 2013 – Maret 2014
 Status : Karyawan Kontrak
 Jabatan : Packer/Pembantu Kasir
4. Café Ndalem Abimanyu Sleman
 Periode : Maret 2014 – Juni 2014
 Status : Karyawan Kontrak
 Jabatan : Pramusaji
5. PT. Rekso Nasional Food Yogyakarta
 Periode : Juli 2014 – Oktober 2014
 Status : Karyawan Kontrak
 Jabatan : Crew Cooking