



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-BANKING TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT. BRI SYARIAH TBK KCP SUNGAI RUMBAI
DHARMASRAYA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Perbankan Syariah*

OLEH:

HEPI PUJI LESTARI
NIM: 1630401080

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BATANGAS
1441 H/ 2020 M**

ABSTRAK

HEPI PUJI LESTARI, NIM 1630401080, Judul Skripsi “Pengaruh Kualitas Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di PT.BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya” Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah PT BRI Syariah KCP Sungai Rumbai pada kualitas layanan *E-banking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan *E-banking* terhadap kepuasan nasabah. Jenis penelitian merupakan penelitian lapangan dengan metode kuantitatif. Populasi sebanyak 1.662 dengan sampel sebanyak 95 orang nasabah dengan rumus slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi liner sederhana yang di olah menggunakan SPSS Versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan *E-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT.BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $8.988 > 1.661$. Kontribusi kualitas layanan *E-banking* mempengaruhi kepuasan nasabah 46,7% sedangkan sisanya 53,3% di pengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *E-banking*, Kepuasan Nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	5
G. Defenisi Operasional	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. E-banking.....	8
2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
3. Dimensi Kualitas Layanan.....	15
4. Kepuasan Nasabah	16
5. Hubungan layanan dengan kepuasan nasabah	21
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	22
C. Kerangka Berfikir	26
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
C. Sumber Data	29

D. Populasi dan Sampel.....	29
E. Pengembangan Instrumen.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data	34
G. Teknik Pengumpulan Data	34
H. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian.....	39
1. Gambaran umum BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya.....	39
B. Pembahasan	47
1. Gambaran Umum Responden.....	47
2. Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
3. Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	51
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna <i>Internet Banking, Mobile Banking, Dan Sms Banking</i> di BRIS Sungai Rumbai	4
Tabel 1. 2 Jumlah Nasabah di BRIS Sungai Rumbai.....	4
Tabel 3. 1 <i>Time Schedule</i> Penelitian	29
Tabel 3. 2 Uji Validitas Hasil validitas angket layanan <i>e-banking</i>	32
Tabel 3. 3 Uji validitas Hasil validitas angket Kepuasan Nasabah.....	32
Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas Bagian kualitas layanan <i>e-banking</i>	33
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Bagian Kepuasan Nasabah	34
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Perangkat yang digunakan	48
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan produk yang digunakan	48
Tabel 4. 4 Deskriptif Kualitas Layanan <i>E-banking</i>	49
Tabel 4. 5 Deskriptif Kepuasan Nasabah.....	50
Tabel 4. 6 Uji Validitas Bagian kualitas layanan <i>E-Banking</i>	52
Tabel 4. 7 Uji validitas Kepuasan Nasabah	52
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Bagian kualitas layanan <i>e-banking</i>	54
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Bagian Kepuasan Nasabah	54
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Data	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji korelasi	56
Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi (R^2).....	57
Tabel 4. 13 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4. 14 Uji Regresi Linear Sederhana	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai)	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan berasal dari bahasa latin “satin” artinya cukup baik, memadai dan “*faction*” artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan pelanggan lantas menjadi suatu yang kompleks (Tjiptono, 2014:352).

Kepuasan pelanggan menurut kotler bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya”(kotler, 1997:24). Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka akan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya yaitu, hubungan antara perusahaan dan pelangganya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik, dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan tentunya akan memberikan keuntungan kepada Bank. Untuk itu Bank harus memperhatikan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut yang dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu *Pertama, Service quality* dimana kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, untuk itu Bank sendiri dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berbeda kepada nasabahnya, salah satunya dari keunggulan teknologi informasi seperti *E-banking*. *Kedua, Biaya* dan kemudahan dimana pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan.

Nasabah dikatakan puas dan loyal apabila mereka tidak meninggalkan perbankan tersebut dan menggunakan semua produk yang ditawarkan oleh perbankan secara berulang-ulang. Banyak manfaat timbal balik yang dapat diperoleh dari perbankan apabila para anggotanya (nasabah) merasa puas dan

loyal dengan seluruh layanan yang diberikan oleh perbankan. (Irawan, 2004:37).

Menurut Kotler (2003) ciri-ciri pelanggan/ nasabah yang merasa puas adalah sebagai berikut: 1) Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan/ nasabah yang loyal, 2) Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada, 3) Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan, 4) Kurang memperhatikan produk, Pesaing, kurang sensitif pada harga, 5) Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan dan 6) Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin.

Kepuasan konsumen menjadi perhatian khusus oleh pihak Bank karena kepuasan konsumen dapat memberikan keuntungan bagi Bank. Tjiptono (2007) menyatakan bahwa dampak positif kepuasan konsumen yaitu menciptakan hubungan yang harmonis antara konsumen dan perusahaan, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang, terciptanya loyalitas konsumen, dan membuat rekomendasi dari mulut ke mulut. Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, biaya dan kemudahan. Dari beberapa faktor kepuasan tersebut, kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci bagi semua perusahaan untuk tetap bertahan (Parasuraman, 1998).

Parasuraman., et al (1998), menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai penilaian publik atau sikap yang berhubungan dengan pelayanan yang unggul. Kemudian Parasuraman., et al (1998) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki lima dimensi yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati).

Kotler dan Keller mengungkapkan kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Kepuasan nasabah dapat diukur dengan kesesuaian dengan harapan dari pelanggan atau nasabah, maka dapat disimpulkan bahwasanya pelayanan/layanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah semakin baik pelayanan / layanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah.(panjaitan, 2016:272)

Electronic Banking (*E-banking*) merupakan suatu aktifitas layanan perbankan yang menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi, *E-banking* meliputi *sms banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*. *E-banking* didefinisikan sebagai penghantaran otomatis jasa dan produk Bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif. *E-Banking* meliputi sistem yang memungkinkan nasabah Bank, baik individu ataupun bisnis, untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa Bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Nasabah dapat mengakses *E-banking* melalui piranti pintar elektronis seperti komputer/PC, PDA, ATM, atau telepon (Wiji Nurastuti, 2011,33).

Berdasarkan wawancara dengan bapak Rahmad di BRIS Sungai Rumbai Dharmasraya yang menyatakan bahwa tampilan pada *E-banking* ada yang kurang menarik. Menurut ibuk Nurhayati pengguna baru produk jasa *E-banking* merasa adanya kekurangan pada informasi web karena pengguna baru *E-banking* merasa kebingungan. Menurut Irwan bahwa saat menggunakan *E-banking* pada jaringan yang baik akan tetapi kegiatan transaksi sedikit bermasalah atau lelet ada pula transaksi yang gagal atau aplikasinya keluar sendiri. Menurut ibuk Risma pada beberapa produk *E-banking* ada aplikasi yang jika salah pin atau kata sandinya maka tidak akan bisa di buka sampai kita pergi ke bank untuk membuka aplikasi tersebut kembali, sehingga rasa aman dari nasabah berkurang. Ini dibukti dengan data yang penulis peroleh dari BRIS Sungai Rumbai Dharmasraya bahwasanya jumlah nasabah setiap tahun meningkat begitupun dengan pengguna *E-banking*.

Berikut data nasabah pengguna *E-banking* dan jumlah nasabah di BRI Syariah Sungai Rumbai:

Tabel 1. 1
Jumlah Pengguna *Internet Banking, Mobile Banking, Dan Sms Banking* di BRIS Sungai Rumbai

No	Thn	Mobile banking	Sms banking	Internet banking
1	2017	423	423	8
2	2018	511	511	12
3	2019	825	825	12

Sumber: BRI Syariah Sungai Rumbai

Tabel 1. 2
Jumlah Nasabah di BRIS Sungai Rumbai

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	3.346
2	2018	4.081
3	2019	4.947

Sumber: BRI Syariah Sungai Rumbai

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nasabah BRIS Sungai Rumbai memiliki nasabah yang berloyalitas tinggi, dilihat dari jumlah nasabah yang meningkat dari tahun ketahun dan bank tidak menerima keluhan apapun dari nasabah dilihat dari tidak adanya kotak saran yang masuk. Nasabah yang loyal seharusnya menggunakan produk apa saja yang ada di bank tersebut, namun kenyataannya di BRIS Sungai Rumbai pengguna produk terutama produk *E-banking* masih rendah.

Berdasarkan hasil diatas, maka penulis ingin meneliti lebih lanjut tentang bagaimana **“Pengaruh Kualitas Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di PT.BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya jumlah pengguna *e-banking*
2. Pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah di PT.BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dan agar masalah yang diteliti lebih terarah. Maka penulis membatasi masalah yang akan penulis teliti yaitu “Pengaruh Kualitas Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di PT.BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya”

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah kantor cabang pembantu Sungai Rumbai?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh layanan *e-banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya.

F. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan pada lembaga keuangan khususnya BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya dalam rangka meningkatkan kualitas layanan bank itu sendiri agar dapat memenuhi kepuasan nasabah-nasabahnya.

b. Bagi Penulis

Sarana untuk menambah wawasan keilmuan bagi penulis dan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar.

2. Luaran Penelitian

Skripsi yang penulis buat nantinya untuk bisa diterbitkan dalam bentuk jurnal atau dalam bentuk hal lainnya.

G. Defenisi Operasional

Kualitas Layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan (Anandar, 2015:15). Defenisi kualitas layanan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu bagaimana tingkatan layanan atau upaya pemenuhan kebutuhan yang diberikan bank untuk memenuhi harapan dan kepuasan nasabah terhadap produk *e-banking* pada BRIS Sungai Rumbai.

E-banking dapat diartikan sebagai transaksi perbankan berbasis elektronik (Wiji Nurastuti, 2011:29). *E-banking* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu *mobile banking*, *internet banking* dan *sms banking* yang ada di BRIS Sungai Rumbai.

Kepuasan Nasabah merupakan tingkat keberhasilan pemenuhan kebutuhan dengan baik. Artinya pengguna merasa puas karena yang diinginkan tercapai dengan baik (Fahmi Alpabeta, 2016:20-26). Kepuasan nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu apakah harapan nasabah

telah terpenuhi dengan baik atau tidak terhadap produk *E-banking* yang ada di BRIS Sungai Rumbai.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. E-banking

Menurut Maryanto Supriyono (2010:65) kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras, perangkat lunak, sistem *host to host*, sistem jaringan dan komunikasi data memberikan dampak yang luar biasa kepada jasa perbankan secara elektronik. Perkembangan *E-Banking* mengalami lompatan besar, transaksi bank menjadi mudah, cepat dan *real time* tanpa ada batasan waktu dan tempat.

Bank menyediakan layanan *Electronic Banking* atau *E-Banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ke ATM. Kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. Gambaran yang mudah dimengerti tentang *E-Banking* sebagai ilustrasinya adalah: “Meja *teller/customer service* seolah-olah berpindah ke tempat nasabah, di mana nasabah pulalah sebagai *teller/customer servicenya*”, atau tangan *Teller/customer service* berada di tangan nasabah. Nasabah dapat bebas melakukan transaksi apa saja selama ada pada menu transaksi. Transaksi yang dapat dilakukan tampil dalam bentuk menu transaksi atau daftar transaksi, di luar menu tersebut tidak dapat dilakukan.

Transaksi *E-Banking* dapat dilakukan di mana saja, di belahan bumi manapun, selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. Transaksi dapat dilakukan 24 jam serta *real time*.

a. Jenis Transaksi *E-Banking*

- 1) Transfer dana atau pemindahan dana
- 2) Dua rekening di bank yang sama
- 3) Rekening di bank yang berbeda, misal rekening di bank A ke rekening di bank

- 4) Dan lain-lain
- b. Informasi
 - 1) Saldo
 - 2) Transaksi
 - 3) Dan lain-lain
- c. Pembayaran
 - 1) Listrik
 - 2) Handphone berbagai operator
 - 3) Iuran TV Kabel
 - 4) Kartu Kredit
 - 5) Dan lain-lain
- d. Pembelian
 - 1) Pulsa Telepon berbagai operator
 - 2) Pulsa PLN Prabayar
 - 3) Pulsa E'TOL
 - 4) Dan lain-lain

E-banking dapat diartikan sebagai transaksi perbankan berbasis elektronik (Wiji Nurastuti, 2011:29. Berikut adalah beberapa produk dari *E-banking*:

a. Internet Banking

Internet banking yaitu pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu Internet dan Banking (bank). Interconnected Network (Internet) adalah sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap komputer secara global di seluruh penjuru dunia. Koneksi yang menghubungkan masing-masing komputer tersebut memiliki standar yang digunakan yang disebut Internet Protocol Suite disingkat dengan TCP/IP.

Menurut Bank Indonesia, 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 Acceptn 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 transaksi.

Internet banking dapat melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan. Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang *menginginkan* servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, laptop/ note book, PDA, dan sebagainya. Sedangkan pengertian *internet banking* menurut Karen Furst, yaitu :

“Internet banking is the use of the internet as remote delivery channel for banking services, including traditional

services, such as opening a deposit account on transferring funds among different account, as well as new banking services, such as electronic bill presentment and payment, which allow customers to receive and pay bill over bank's website” (Riswandi, 2005:20).

Pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *internet banking* merupakan *layanan* jasa yang yang dimanfaatkan oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online. Selain bank yang dapat manfaat dari layanan jasa *internet banking* nasabah juga mendapatkan manfaat dan keuntungan dari jasa ini. Dengan fasilitas ini nasabah akan lebih fleksibelitas untuk melakukan kegiatan setiap saat.

b. Mobile banking

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone* GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, missal Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya. Jenis Transaksi Transfer dana Informasi saldo, mutasi rekening, Informasi nilai tukar Pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, *handphone*, listrik, asuransi) Pembelian (pulsa isi ulang, saham).

Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. Mobil banking ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat mobile banking, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan perbankan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. Mobile banking merupakan layanan relative baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanan dan fitur yang menghemat waktu, pelanggan menghargai layanan tersebut.(MaryantoSupriyono, 2011:67)

c. Sms banking

SMS Banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon selular/handphone dengan menggunakan media SMS (short message service). Jenis Transaksi : Transfer dana Informasi saldo, mutasi rekening Pembayaran (kartu kredit) Pembelian (pulsa isi ulang). Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk keamanan transaksi SMS Banking:

- 1) Jangan memberitahukan kode akses/nomor pribadi SMS Banking kepada orang lain
- 2) Jangan mencatat dan menyimpan kode akses/nomor pribadi SMS Banking di tempat yang mudah diketahui oleh orang lain.
- 3) Setiap kali melakukan transaksi melalui SMS Banking, tunggulah beberapa saat hingga menerima response balik atas transaksi tersebut.
- 4) Untuk setiap transaksi, akan menerima pesan notifikasi atas transaksi berupa SMS yang akan tersimpan di dalam inbox.

Sejumlah bank sudah menerapkan SMS Banking menjadi salah satu fiturnya. Pengguna cukup mengetikkan kode tertentu untuk melakukan transaksi dan dikirimkan melalui SMS. Saat SMS dikirimkan, pesan tidaklah dienkripsi. Lalu SMS tersebut diterima oleh server, seperti SMS Gateway, kemudian oleh server diambil data yang dimaksudkan. Saat mencari dan mengambil data yang dibutuhkan data dienkripsi. Saat pengiriman data yang diminta oleh pengguna dapat dienkripsi terlebih dahulu atau tidak saat dikirimkan kembali, hal ini bergantung dengan kesepakatan antara developer dan provider. Metode enkripsi yang digunakan juga bisa apa saja tergantung kebutuhan dan permintaan user (client). Jika melakukan enkripsi saat pengiriman data ke pengguna maka akan membutuhkan biaya yang lebih.(Wiji Nurastuti,2011:27).

2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2007), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Sedangkan Lupiyoadi dan Hamdani (2006) mengatakan kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.

Menurut Kotler menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pihak yang menilai suatu jasa itu berkualitas atau tidak adalah pelanggan karena merekalah yang mengkonsumsi jasa perusahaan. Untuk itu suatu perusahaan jasa yang ingin tetap unggul bersaing harus dapat menyediakan jasa yang mempunyai nilai tinggi secara berimbang.

Kualitas menurut kamus bahasa Indonesia adalah baik buruk (suatu benda) atau keadaan suatu benda. Pelayanan dalam bentuk apapun selalu berorientasi pada kualitas karena hal tersebut akan membawa konsekuensi terhadap kepuasan pemakai jasa (Anandar, 2015:11). Kualitas adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat lain, dan dengan kata lain kualitas suatu produk/jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. (Indrianty, 2010:50).

Kehidupan sehari-hari kita sering membicarakan dan mendengarkan orang berbicara tentang kualitas. Kata kualitas akan terdengar ketika sudah ada hasil yang telah dilihat ataupun dirasakan. Ketika yang dirasakan oleh konsumen pada sebuah produk makanan misalnya, maka hanya ada dua kemungkinan yang akan dikatakan oleh konsumen yaitu enak atau sebaliknya. Jika makanan tersebut enak maka konsumen akan berasumsi bahwa bahan-bahan yang digunakan saat

pembuatan makan tersebut berkualitas. Namun disisi lain ketika ditanya definisi dari kualitas tersebut banyak yang masih bingung untuk medeskripsikannya atau menjelaskannya.

Banyak pakar yang menjelaskan definisi dari kualitas berdasarkan pada sudut pandang masing-masing dari para pakar tersebut. Menurut Zulian Yamit dari beberapa pakar diantaranya yang paling populer ada tiga pakar pertama W.Edward Deming mendefinisikan kualitas adalah segala apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kedua, Philip B.Crosby mempersepsikan kualitas sebagai suatu yang nihil akan cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan dan yang terakhir adalah Joseph M.Juran, ia mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi. (Yamit, 2002:7).

Meskipun tidak ada definisi yang bersifat universal, dari definisi-definisi tersebut mempunyai elemen-elemen yang tidak jauh berbeda dalam kualitas. Menurut Tjiptono (2011:6) elemen-elemen kualitas sebagai berikut :

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Elemen-elmen dari Goetsh dan Davis (1994:4) dalam Fandy Tjiptono (2011:8) membuat definisi kualitas secara luas, definisinya adalah “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Pendekatan yang dikemukakan oleh Goetsh dan Davis menekankan bahwa kualitas bukan hanya dinilai dari hasilnya saja namun proses yang dilakukan manusia, produk dan lingkungan juga menjadi pertimbangan dari kualitas tersebut.

Beberapa definisi dan penjelasan tentang kualitas diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan sebuah proses untuk mencapai tujuannya dengan memperhitungkan segala sesuatunya sehingga hasil yang didapatkan akan dapat memenuhi keinginan dan harapan dari

konsumen karena dengan begitu maka kualitas produk atau jasa tidak hanya dilihat dari hasil akhirnya saja akan tetapi kualitas saat proses pun menjadi penilaian menuju kualitas itu sendiri.

Pengertian kualitas tidak berbeda jauh dengan pengertian kualitas jasa atau yang biasa disebut dengan SERVQUAL (*Service Quality*). Pendekatan kualitas jasa ini dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry dalam buku Lupiyoadi Manajemen Pemasaran Jasa menyatakan bahwa SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). (Lupiyoadi, 2013:181)

3. Dimensi Kualitas Layanan

Penelitian-penelitian yang dilakukan Tjiptono (2000:67-70) ditemukan 10 dimensi kualitas pelayanan atau *service quality*, yaitu *reliability, responsibility, competence, access, courtesy, communication, credibility, security, understanding, dan tangibles*. Dari 10 dimensi kualitas tersebut dalam perkembangan selanjutnya Parasuraman, *et.al.*, dalam Tjiptono (2000:70) merangkum menjadi 5 dimensi pokok, kelima dimensi tersebut adalah:

- a. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan sarana fisik perubahan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, fasilitas fisik, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya.
- b. *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti

kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.

- c. *Responsiveness* atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.
- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atas komponen: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

4. Kepuasan Nasabah

a) Pengertian kepuasan nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan maupun rekening pinjaman pada pihak bank yang dapat berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya. Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah lembaga perbankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu

memberikan laba bagi bank tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa yang kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut (Rianto, 2010:197).

Kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari Bahasa Latin ”*satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan ”*facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan diartikan sebagai ”upaya pemenuhan sesuatu” atau ”membuat sesuatu memadai” Tjiptono (2011). Definisi umum tersebut mengacu pada paradigma *expectancy-disconfirmation*. Sedangkan menurut Parasuraman et al. (1985) kepuasan pelanggan “*is a customer’s perception of a single service experince*” yang berarti bahwa kepuasan adalah suatu persepsi pelanggan terhadap pengalaman pelayanan yang dialaminya.

Defenisi kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pura beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harappannya. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*out come*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan pelanggan dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan pelanggan terhadap kepuasan. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kepuasan sangatlah penting, agar tidak terjadi kesenjangan (*gap*) persepsi antara perusahaan dengan pelanggan. (Yamit, 2002:77-78).

Dimensi-dimensi keinginan nasabah diimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui :

1. Dimensi produk (meliputi *care product*, *basic product*, *expected product*, *augmented product*, dan *potential product*).
2. Layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfer pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah).
3. Layanan purna jual dan keluhan (meliputi *customer service*, petugas *call center*). (Philip Kotler, 2000:36).

Menurut Kotler (2003) ciri-ciri pelanggan/ nasabah yang merasa puas adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi lebih setia atau menjadi pelanggan/ nasabah yang loyal
- b. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk atau jasa baru dan menyempurnakan produk yang ada
- c. Memberi komentar yang menguntungkan tentang produk perusahaan
- d. Kurang memperhatikan produk, iklan
- e. Pesaing, kurang sensitif pada harga
- f. Memberikan gagasan-gagasan atau ide kepada perusahaan
- g. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada biaya pelanggan baru, karena transaksi menjadi rutin

Kepuasan nasabah secara umum tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu:

1. Material, meliputi gedung yang megah, *lay out* ruangan yang tertata rapi, ruangan tunggu yang bersih dan nyaman, ruang toilet yang bersih, ruang mushola yang bersih dan nyaman, penampilan

pegawai yang baik, mesin ATM yang selalu online dan rapi, sarana dan prasarana yang lengkap.

2. Immaterial, meliputi ramah, sopan, tanggap dan akrab, pelayanan yang hangat, merasa dihormati dan dihargai, merasa senang dan puas. (Herry, 2006:115-116)

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah tergantung dari persepsi yang dirasakan oleh setiap individu. Sehingga, kepuasan setiap individu baik nasabah satu dengan nasabah lain tidaklah sama. Namun, pada umumnya kepuasan konsumen atau nasabah dapat timbul dari produk yang berkualitas, harga yang tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas, serta kemudahan dalam mendapatkan produk.

b) Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut kotler, pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan usulan

Artinya seberapa banyak keluhan atau *complain* yang dilakukan nasabah dalam suatu periode.

2. Survey kepuasan konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala perlu melakukan survei, baik melalui wawancara maupun kuisisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini.

3. Konsumen samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

4. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita (Kasmir,2010:240).

Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkakan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Bank Muamalat pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas” (*directly reported satisfaction*).
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*).
- d. Responden dapat diminta untuk merangking berbagai elemen (*atribut*) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*). (Tjiptono,1997:35-36)
- e. Kotler dan Keller mengungkapkan kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan nasabah dapat diukur dengan kesesuaian dengan harapan dari pelanggan atau nasabah, maka dapat disimpulkan bahwasanya

pelayanan/layanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah semakin baik pelayanan / layanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah.(panjaitan, 2016:272)

5. Hubungan layanan dengan kepuasan nasabah

Kotler dan Keller mengungkapkan kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan nasabah dapat diukur dengan kesesuaian dengan harapan dari pelanggan atau nasabah, maka dapat disimpulkan bahwasanya pelayanan/layanan yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah semakin baik pelayanan / layanan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah.(panjaitan, 2016:272)

Kepuasan konsumen menjadi perhatian khusus oleh pihak perusahaan karena kepuasan konsumen memberikan keuntungan bagi perusahaan. (Tjiptono, 2007) menyatakan bahwa dampak positif kepuasan konsumen yaitu menciptakan hubungan yang harmonis antara konsumen dan perusahaan, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas konsumen, dan membuat rekomendasi dari mulut ke mulut. Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa terdapat beberapa factor yang memengaruhi terjadinya kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga, biaya dan kemudahan. Dari beberapa factor kepuasan tersebut kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci bagi suatu perusahaan untuk tetap bertahan (parasuraman, 1998).

Menurut Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan nasabah mencakup perbedaan antar harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antar kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan nasabah pada suatu produk. Kepercayaan nasabah merupakan hal yang ingin didapat oleh berbagai perusahaan dari para konsumennya. Kepercayaan akan sikap terhadap merk, kualitas

layanan, dan masih banyak lagi kepercayaan yang lain yang menjadi motivasi dari perusahaan untuk mengembangkan produknya. Namun, kepercayaan konsumen bukan hal yang mudah untuk kita dapatkan serta menanamkan pemikiran yang positif pada kognitif konsumen bukan hal yang gampang. (Harun, 2013:28)

Berdasarkan hasil penelitian dari Eny Kustiyah dan Dewi Wahyuningsih menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh layanan *e-banking* yang meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan transaksi nasabah secara simultan, (2) terdapat pengaruh layanan *e-banking* yang meliputi keandalan *tangibles*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan transaksi nasabah secara parsial, (3) dilihat dari besarnya koefisien regresi maka variabel yang mempunyai pengaruh yang paling dominan adalah variabel *reliability*, karena nilai koefisien regresi paling besar dibandingkan variabel lainnya.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

1. Penelitian Kusumaningrum dengan judul Pengaruh Kualitas Jasa “*Mobile Banking*” terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Makasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas jasa *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna jasa *mobile banking*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuesioner, studi kepustakaan, dan wawancara dengan menggunakan skala likert, serta menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Objek dari penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* dan pimpinan perusahaan serta staf PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Makasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas jasa *mobile banking* yang terdiri atas *Effeciency* (X1), *Fulfillment* (X2), *Reliability* (X3), dan *Privacy* (X4) memberikan pengaruh positif signifikan dimana jika terjadi kenaikan pada kualitas jasa *mobile banking*,

maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Hasil tersebut ditunjukkan dengan persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut: $Y = 0,178X_1 + 0,259X_2 + 0,314X_3 + 0,207X_4$. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah *reliability*, sebab memiliki P value paling kecil yaitu 0,000 dan koefisien regresi terbesar yaitu sebesar 4,682.

Perbedaan penelitian Kusamaningrum dengan penelitian ini terdapat pada perubahan indikator yang digunakan dan juga objek penelitian. Pada penelitian ini yaitu dengan menambahkan indikatornya yaitu *internet banking* dan *sms banking*. Sedangkan objek penelitian ini yaitu nasabah pengguna *internet banking*, *mobile banking*, dan *sms banking* pada BRI Syariah Sungai Rumbai. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Kusamaningrum yaitu terletak pada variabel *mobile banking* dan kepuasan nasabah.

2. Penelitian Nurhayati dan Wenti Ayu Sunarjo dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking secara Keseluruhan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi internet banking yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu kualitas pelayanan online, kualitas sistem informasi online, kualitas produk pelayanan bank dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian regresi linier berganda. Obyek dari penelitian ini adalah nasabah BNI Pekalongan. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan online, kualitas sistem informasi online, kualitas produk pelayanan bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

Perbedaan penelitian Siti Nurhayati dan Wenti Ayu Sunarjo dengan penelitian ini terdapat pada perubahan indikatornya yang digunakan dan juga objek penelitian. Pada penelitian ini yaitu menggunakan indikator *mobile banking* dan *sms banking*. Sedangkan objek penelitian ini yaitu nasabah pengguna *internet banking*, *mobile banking*, dan *sms banking* pada BRI Syariah Sungai Rumbai. Persamaan

penelitian ini dengan penelitian Siti Nurhayati dan Wenti Ayu Sunarjo yaitu terletak pada indikator *internet banking* dan kepuasan nasabah.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang telah disebutkan diatas. Dari beberapa penelitian diatas peneliti menetapkan penelitian kepada “Pengaruh Kualitas Layanan e-banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna” yang mana dalam penelitian ini akan lebih menjelaskan pengaruh dari kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking, mobile banking dan sms banking*.

3. Penelitian Eny Kustiyah dan Dewi Wahyuningsih dengan judul Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Transaksi E-Banking Pada Bank Negara Indonesia Slamet Riyadi Solo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan yang meliputi *tangibles, reliability, responsive, assurance, emphaty* terhadap kepuasan transaksi nasabah *e-banking*.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji F, uji t, uji R^2 dan analisis GAP. Obyek dari penelitian ini adalah transaksi e-banking yang dilakukan oleh nasabah PT Bank Negara Indonesia Slamet Riyadi Solo. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh layanan e-banking yang meliputi *tangibles, reliability, responsive, assurance, emphaty* terhadap kepuasan transaksi nasabah secara simultan, (2) terdapat pengaruh layanan e-banking yang meliputi keandalan *tangibles, reliability, responsive, assurance, emphaty* terhadap kepuasan transaksi nasabah secara parsial, (3) dilihat dari besarnya koefisien regresi maka variabel yang mempunyai pengaruh yang paling dominan adalah variabel *reliability*, karena nilai koefisien regresi paling besar dibandingkan variable lainnya.

Perbedaan penelitian Eny Kustiyah dan Dewi Wahyuningsih dengan penelitian ini terdapat pada perubahan indikator yang digunakan dan juga objek penelitian. Pada penelitian ini yaitu menggunakan indikator *internet banking, mobile banking, dan sms banking*. Sedangkan

objek penelitian ini yaitu nasabah pengguna *internet banking*, *mobile banking*, dan *sms banking* pada BRI Syariah Sungai Rumbai. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Kustiyah dan Wahyuningsih yaitu terletak pada indikator kepuasan.

4. Penelitian Putri dan Tricahyono dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada BRI Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014)”. Variabel dalam jurnal ini yaitu kualitas layanan (X), kepuasan nasabah (Y). Hasil penelitian dengan metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa layanan BRI *mobile* memiliki kualitas yang baik dari layanan elektronik dengan persentase nilai rata-rata keseluruhan adalah 74.1% berada dalam kategori baik. Kepuasan pengguna *mobile* BRI juga termasuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata persentase 76.6%. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan elektronik secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan elektronik secara bersamaan mempengaruhi sebesar 97.4% terhadap kepuasan pelanggan *mobile banking* BRI dan 2.6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel *E-banking* pengguna memakai *mobile banking*, *sms banking* dan *internet banking*. Sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel Kualitas layanan E-Banking yaitu *mobile banking*.
5. Penelitian yang pernah dilakukan oleh Tri Yulianto, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah”. Naskah publikasi ini memiliki dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Hasil penelitian dengan metode uji analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel bebas (X). Variabel bebas dari penelitian yang saya lakukan adalah produk E-Banking (*internet banking, sms banking dan mobile banking*) sedangkan penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel bebas ATM.

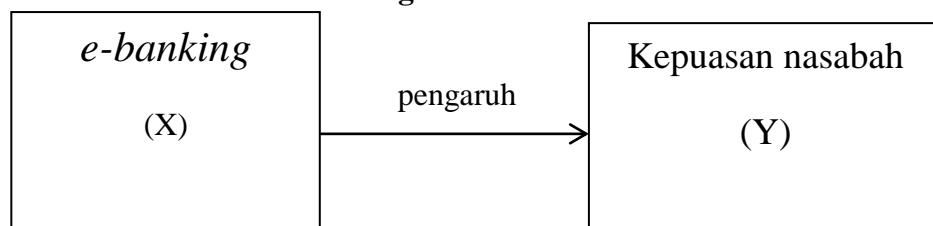
C. Kerangka Berfikir

Menurut Sugiono, kerangka berfikir adalah sintesis tentang hubungan variabel yang disusun berdasarkan teori yang telah dideskripsikan selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti untuk merumuskan hipotesis (Sugiono, 2013:92). Sehingga gambar jalannya penelitian yang peneliti lakukan dapat diketahui secara terarah dan jelas.

BRI Syariah Sungai Rumbai merupakan Bank yang memiliki nasabah yang loyal karena setiap tahun nasabah meningkat, namun memiliki nasabah yang berloyalitas tinggi tetapi pengguna produk *e-banking* masih rendah, dengan itu peneliti ingin mengetahui dan menganalisis apakah ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya.

Berdasarkan uraian di atas, maka model kerangka berfikir pada penelitian ini terdapat variabel bebas yaitu kualitas layanan *e-banking* (X) dan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (Y) dapat peneliti gambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah, sehingga harus diuji secara empiris. (Hasan, 2002: 50) Hipotesis dalam penelitian **Pengaruh Kualitas Layanan *E-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT.BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya)** adalah:

Hipotesis tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan *e-banking* pada PT. BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya

H_0 = tidak ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya

H_a = ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah *field research* atau penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan pada PT. BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya. Adapun jenis metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *deskriptif kuantitatif*. Penelitian kuantitatif dengan format *deskriptif* bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau variabel yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi (Bungin, 2006: 36).

Penelitian ini penulis akan meneliti tentang pengaruh kualitas layanan e-banking terhadap kepuasan nasabah di PT. BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya dengan metode *kuantitatif* dengan jenis penelitian bersifat asosiatif dan berusaha mengukur pengaruh antara variable, yakni berusaha mengukur pengaruh variable *e-banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan kegiatan penelitian terhitung dari pelaksanaan survey awal yang penulis lakukan sejak bulan desember sampai february. Lokasi penelitian adalah PT. BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya. Untuk mempermudah kegiatan penelitian penulis membuat *time schedule* yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Time Schedule Penelitian
Tahun 2019-2020

No.	Aktifitas	Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal																								
2	Pengajuan Judu																								
3	Bimbingan																								
4	Seminar Proposal																								
5	Penelitian																								
6	Sidang Munaqasah																								

C. Sumber Data

Sumber data adalah sumber dimana data diperoleh dan diambil. Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Sumber data primer yaitu sumber data yang langsung dari sumber pertamanya. Data tersebut langsung diperoleh dari sumber yang diteliti atau diwawancarai langsung (Sugiyono, 2013:292). yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pihak BRI Syariah KCP Sungai Rumbai Dharmasraya yaitu Bapak Nanda Saputra (*Branch Operational Supervisor*), Ibuk Tirtha Juliana (*Customer Service*) dan hasil pengisian kuisisioner dari nasabah BRI Syariah KCP Sungai Rumbai Dharmasraya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah bahasa inggris yaitu *population* yang berarti jumlah penduduk dalam metodologi penelitian, kata populasi amat populer

untuk menyebutkan serumpun/sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.(Siregar, 2013: 30-34).

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna *internet banking*, *mobile banking* dan *sms banking* BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya yang berjumlah 1.662 orang .

2. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil dengan cara-cara yang *representative* (dapat dipertanggung jawabkan) (Siregar, 2013: 35).Jadi sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BRI Syariah Sungai Rumbai baik nasabah yang menggunakan *internet banking*, *mobile banking* dan *sms banking* namun peneliti akan mengambil salah satu dari tiga indikator tersebut untuk dijadikan sampel pada penelitian ini.

Teknik pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan sampel dari Slovin:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{0}{1+0(0)^2} = 0 \text{ dibulatkan menjadi } 0$$

Keterangan :

n= jumlah sampel

N= jumlah populasi

e= standar deviasi (10%)

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga dengan mengikuti perhitungan tersebut dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

$$N = \frac{1.662}{1+1.662(10\%)^2} = \frac{1.662}{17,62} = 94,32 \text{ dibulatkan menjadi } 95$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi 1.662 orang nasabah, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 95 orang pengguna (pembulatan dari 94,32).

E. Pengembangan Instrumen

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas instrumen

Uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya kolerasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkap suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan dan pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk menungkap sesuatu (Priyatno, 2014: 51).

Pengujian validitas item dalam SPSS (*Statistic Product And Service Solution*) bisa menggunakan tiga metode analisis, yaitu *kolerasi pearson*, *corrected item total correlation* dan analisis faktor. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *kolerasi pearson*. Teknik uji validitas item dengan *kolerasi pearson*, yaitu dengan cara mengolerasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada suatu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

Adapun angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Angket kualitas layanan *e-banking*

Untuk Pernyataan angket kualitas layanan *e-banking* maka skornya dapat dilihat di tabel 3.2. Berdasarkan hasil validitas uji coba angket kualitas layanan *e-banking* yang dilakukan menggunakan teknik *kolerasi pearson* ini diperoleh hasil yaitu 4 butir pernyataan pada angket. Berikut hasil validitas angket kualitas layanan *e-banking* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 2
Uji Validitas Hasil validitas angket layanan *e-banking*

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Item 1	0,531	0,361	Valid
2	Item 2	0,809	0,361	Valid
3	Item 3	0,883	0,361	Valid
4	Item 4	0,840	0,361	Valid

Sumber : Data Olahan, 2020

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kualitas layanan *e-banking* untuk ke 4 item menyatakan semuanya valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, yaitu item 1: $0,531 > 0,361$, item 2: $0,809 > 0,361$, item 3: $0,883 > 0,361$ dan item 4: $0,840 > 0,361$.

b. Angket kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil validitas uji coba angket kepuasan nasabah yang dilakukan menggunakan metode *kolerasi pearson* ini diperoleh hasil yaitu 4 butir pernyataan pada angket. Berikut hasil validasi angket kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 3
Uji validitas Hasil validitas angket Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Item 1	0,848	0,361	Valid
2	Item 2	0,769	0,361	Valid
3	Item 3	0,821	0,361	Valid
4	Item 4	0,575	0,361	Valid

Sumber : Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kepuasan nasabah untuk 4 item pernyataan dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, yaitu item 1: $0,848 > 0,361$, item 2: $0,769 > 0,361$, item 3: $0,821 > 0,361$, item 4: $0,575 > 0,361$.

2. Uji Reabilitas Instrumen

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsistensi jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen *reliable* atau tidak dengan menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran, reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Untuk mencari reabilitas digunakan salah satu teknik yaitu menggunakan rumus *Alpha*, dalam SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) ada fasilitas yang digunakan untuk mengukur reabilitas yaitu melalui uji *statistic crounbach alpha* dan variabel dikatakan *reliabele* jika nilai *crounbach alpha* > 0,60.

a. Kualitas layanan *e-banking*

Hasil reabilitas yang dilakukan terhadap angket kualitas layanan *e-banking* adalah nilai 769, berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa angket uji coba angket kualitas layanan *e-banking* memiliki reabilitas yang baik. Berikut hasil reabilitas angket kualitas layanan *e-banking* :

Tabel 3. 4
Uji Reliabilitas Bagian kualitas layanan *e-banking*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.769	4

Sumber: data olahan SPSS, 2020

b. Kepuasan Nasabah

Hasil reabilitas yang dilakukan terhadap angket kepuasan nasabah adalah nilai 0,756, berdasarkan nilai

tersebut dapat disimpulkan bahwa angket uji coba kepuasan nasabah memiliki reabilitas baik. Berikut hasil reabilitas angket kepuasan nasabah.

Tabel 3. 5
Uji Reliabilitas Bagian Kepuasan Nasabah
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	4

Sumber: data olahan SPSS, 2020

Hasil uji reliabilitas kualitas layanna *e-banking* terhadap kepuasan nasabah terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka instrumen kuesioner dalam penilaian ini dikatakan *reliable*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun cara yang ditempuh dalam mengumpulkan data adalah dengan cara membagikan Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup yaitu pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Kuosioner akan disebarakan oleh peneliti ke nasabah BRIS Sungai Rumbai Dharmasraya sebagai sampel untuk dijawab selama beberapa waktu tertentu, kemudian dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk nantinya diukur dengan Skala Likert. (Siregar, 2013: 153).

G. Teknik Pengumpulan Data

Adapun cara yang ditempuh dalam mengumpulkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisseoner data adalah dengan cara membagikan Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup yaitu pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Kuesioner akan disebar sebagai sampel untuk dijawab selama beberapa waktu tertentu, kemudian dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk nantinya diukur dengan Skala Likert. (Siregar, 2013: 153).

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis mana yang akan digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan metode pengukuran data dan teknik pengolahan data.

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data kontinu berdistribusi normal sehingga analisis validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, dan regresi dapat dilaksanakan. Jika data berdistribusi normal maka digunakan uji statistik parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal maka digunakan uji statistik non parametrik.

Dalam penelitian uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusannya digunakan pedoman jika nilai Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.

Selain itu untuk menguji suatu data distribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot, pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak memenuhi uji asumsi normalitas.(Imam Ghozali, 2005:110-112)

2. Uji Korelasi

Koefisiensi korelasi ialah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antar dua variabel. Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antar variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Jenis hubungan antar variabel X dan Y dapat bersifat positif dan negatif, jika koefisiensi korelasi positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan searah. Artinya jika nilai X tinggi, maka nilai variabel Y akan tinggi pula. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negatif, maka kedua variabel mempunyai hubungan terbalik. Artinya jika nilai variabel X tinggi, maka nilai variabel Y akan menjadi rendah dan berlaku sebaliknya.

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka berkorelasi
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak berkorelasi

Pedoman derajat hubungan:

- a. Nilai *pearson correlation* 0,00 s/d 0,20 = tidak ada korelasi
- b. Nilai *pearson correlation* 0,21 s/d 0,40 = korelasi lemah
- c. Nilai *pearson correlation* 0,41 s/d 0,60 = korelasi sedang
- d. Nilai *pearson correlation* 0,61 s/d 0,80 = korelasi kuat
- e. Nilai *pearson correlation* 0,81 s/d 1,00 = korelasi sempurna

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dari hasil regresi linier sederhana menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel bebasnya. Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana maka masing-masing variabel independen yaitu kualitas

layanan *e-banking* dan simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan nasabah yang dinyatakan dengan R^2 untuk menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan R^2 untuk menyatakan koefisien determinasi parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0, maka semakin kecil pula pengaruh variabel dependen (dengan kata lain semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen).

Sedangkan jika koefisien determinasi mendekati 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel terikat. Angka *R square* didapat dari pengolahan data melalui program SPSS yang bisa dilihat pada tabel model *summary* kolom *R square*.(Ghozali,2007:87)

4. Uji t

Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah variabel penetapan kualitas layanan *E-banking* (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel} \Rightarrow$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah. H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel} \Rightarrow$ ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah.(Siregar, 2013: 305)

5. Analisis Regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) kualitas layanan *E-Banking* dan variabel dependen (Y) kepuasan nasabah.

Dengan rumus:

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y= Kepuasan Nasabah

a = konstanta persamaan regresi X = 0

b = koefisien regresi

x = kualitas layanan *E-Banking*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran umum BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya

a. Sejarah BRI Syariah

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank BRI (Persero) Tbk dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah. BRI Syariah KCP Sungai Rumbai resmi berdiri pada 15 April 2013. Sekilas info tentang PT. BRI Syariah KCP Sungai Rumbai:

Alamat : Jl. Lintas Sumatera - Sungai Rumbai. Jorong
Bukit Berbunga. Nagari Sungai Rumbai Timur,
Kec Sungai Rumbai, Kab Dharmasraya. Sumatera
Barat
Kode pos : 27684
Telepon : 0754-583223
Kode Bank : 422

PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan pelayanan perbankan. Sesuai dengan visinya, PT. BRI Syariah juga sinergi dengan PT. Bank

Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan consumer berdasarkan prinsip Syariah.

b. Visi dan Misi BRI Syariah

1. Visi

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

2. Misi

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

c. Tujuh Budaya Kerja BRI Syariah

1. Tawakal

Optimisme yang diawali dengan doa yang bersungguh-sungguh yang dimanifestasikan dengan upaya yang bersungguh-sungguh dan diakhiri dengan keikhlasan atas hasil kerja yang dicapai.

2. Integritas

Kesesuaian antara kata dan perbuatan dalam menerapkan etika kerja, nilai-nilai, kebijakan dan peraturan organisasi secara konsisten sehingga dapat dipercaya dan senantiasa memegang

teguh etika profesi dan bisnis, meskipun dalam keadaan yang sulit untuk melakukan.

3. Antusias

Semangat atau dorongan untuk berperan aktif dan mendalam pada setiap aktivitas kerja.

4. Profesional

Kesungguhan dalam melakukan tugas sesuai standar dan etika yang ditentukan.

5. Berorientasi Bisnis

Tanggap terhadap perubahan dan peluang selalu berpikir dan berbuat untuk menghasilkan nilai tambah dalam pekerjaannya.

6. Kepuasan Pelanggan

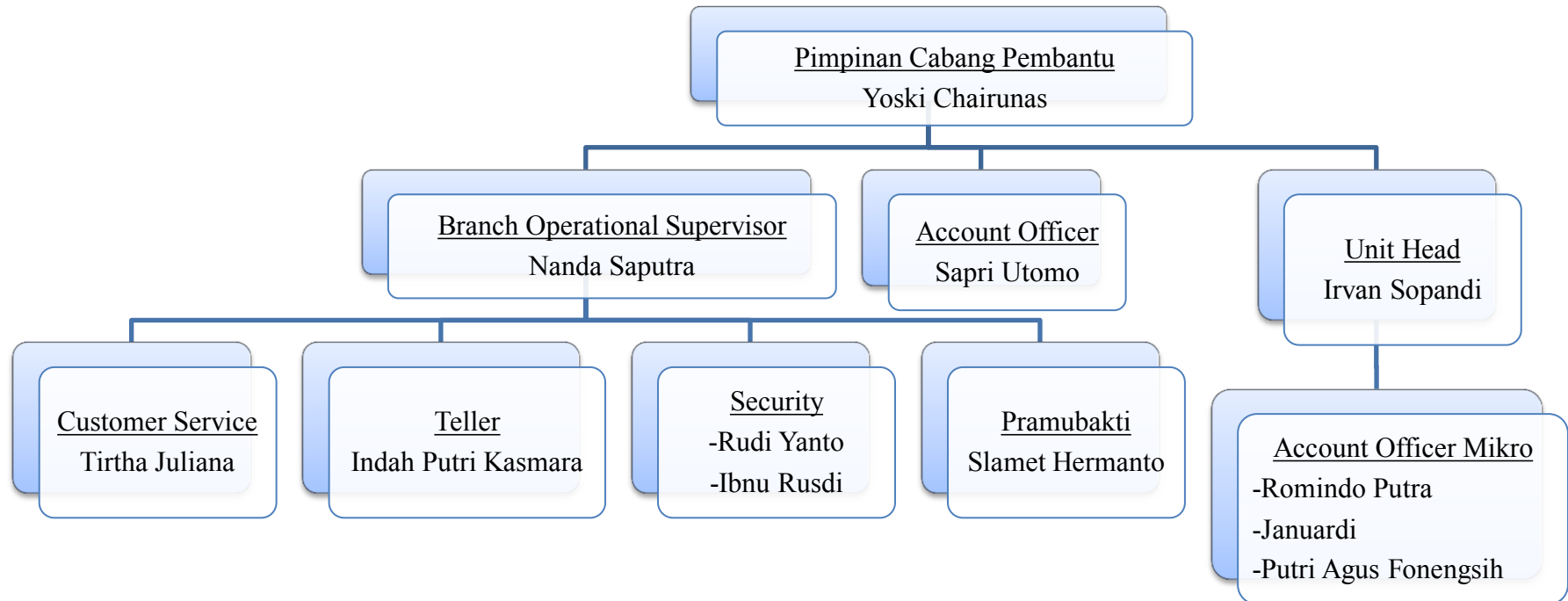
Memiliki kesadaran, sikap serta tindakan yang bertujuan memuaskan pelanggan eksternal dan internal dilingkungan perusahaan.

7. Penghargaan Terhadap Sumber Daya Manusia

Menempatkan dan menghargai karyawan sebagai modal utama perusahaan dengan menjalankan upaya-upaya optimal mulai dari perencanaan, perekrutan, pengembangan dan pemberdayaan sumber daya manusia yang berkualitas, serta memperlakukannya baik sebagai individu maupun kelompok berdasarkan azas saling percaya, terbuka, adil dan menghargai.

d. Struktur Organisasi BRI Syariah KCP. Sungai Rumbai

Struktur Organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai



Gambar 4. 1
Struktur Organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Sungai Rumbai)

Adapun tugas dan tanggung jawabnya:

a. Pincapem (Pimpinan Cabang Pembantu)

Pincapem bertugas memanager dan mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh AO dan AOM agar berjalan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan dan dapat mencapai target perusahaan yang sudah direncanakan.

Adapun tugas lain dari pincapem yaitu melakukan pertanggung jawaban operasional dan *Financial* cabang pembantu, melaksanakan misi kantor cabang pembantu secara keseluruhan, mengelola pelaksanaan sistem dan prosedur, merencanakan, mengembangkan, melaksanakan serta mengelola layanan unggul kepada nasabah dan mempertanggung jawabkan pelaksanaan tugas pokok, fungsi serta kegiatannya.

b. Unit Head

Adalah karyawan BRI Syariah yang bertanggung jawab untuk melaksanakan dan memastikan bisnis mikro pada unit tersebut agar berjalan sesuai target yang telah ditentukan atau yang telah diberikan dan tidak melanggar syariah comply maupun Pedoman Pemberian Pembiayaan Mikro (P3M).

c. BOS (Branch Operation Supervisor)

Branch Operation Supervisor bertugas memanager dan mengawasi kegiatan yang dilakukan oleh CS dan Teller, Security dan (OB) Office boy/Pramubakti agar berjalan sesuai peraturan yang ditetapkan dan dapat mencapai target perusahaan yang sudah direncanakan.

Serta memanager keuangan perusahaan, mengkoordinasikan, mengelola dan mengevaluasi berbagai kegiatan KCP untuk memastikan kelancaran kegiatan operasional pelayanan kepada nasabah sesuai standar yang telah ditetapkan.

d. AO (Account Officer)

AO bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan nasabah, melakukan proses pembiayaan (termasuk mengajukan prosposal calon nasabah, perpanjangan fasilitas

pembiayaan, pemantauan proses pembiayaan berjalan, penagihan dan langkah restrukturisasi pembiayaan bila diperlukan) dan proses penempatan data guna mencapai target pertumbuhan volume transaksi dan bisnis yang ditetapkan.

Selain itu AO juga menganalisis permohonan pembiayaan untuk memastikan kelayakan pembiayaan calon nasabah dalam rangka pengelola risiko, serta mengajukan proposal permohonan pembiayaan nasabah untuk dievaluasi komite pembiayaan agar diperoleh keputusan yang tepat dan cepat atas permohonan pembiayaan tersebut.

e. AOM (Account Officer Mikro)

AOM bertugas dan bertanggung jawab memahami pengetahuan perbankan mikro, analisa pembiayaan, penilaian jaminan dan trade cheking sehingga menghasilkan kualitas pembiayaan yang sehat dan menguntungkan dan melakukan analisa dan evaluasi nasabah yang terkait dengan kemampuan keuangan masing-masing nasabah.

AOM juga bertugas untuk melakukan penjualan produk-produk mikro serta seleksi calon-calon nasabah sebelum dokumen-dokumen pembiayaan diberikan kepada unit mikro dan diverifikasi.

AOM dan AO pada dasarnya memiliki tugas dan tanggung jawab yang sama hanya yang membedakan letak pada ruang lingkup pembiayaannya pada AOM yang menjadi ruang lingkup pembiayaan adalah segi mikro sedangkan dengan proses permohonan yang diajukan nasabah sama dengan AO, yang limit pembiayaannya 5 juta s/d 500 juta

f. CS (Customer Service)

CS bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan pelayanan baik informasi produk, transaksi non cash serta penanganan keluhan dan pengaduan nasabah untuk memastikan kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan, adapun tugas dan tanggung jawab CS adalah :

- 1) Memberikan informasi produk kepada calon dan eksiting nasabah dengan cara menggali potensi bisnis untuk menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

- 2) Melayani transaksi non cash (seperti: pembukaan/penutupan rekening, aktivasi ATM, permintaan dan aktivasi cek/Bilyet Giro, dll) untuk memastikan transaksi dilakukan secara tepat dan akurat.
- 3) Melakukan verifikasi awal terhadap transaksi non cash untuk memastikan tidak adanya kesalahan dalam transaksi tersebut.
- 4) Menyusun laporan terkait data serta transaksi nasabah untuk memenuhi kewajiban pelapor serta akurat dan tepat waktu.
- 5) Memahami dan memenuhi kode etik dan peraturan perusahaan untuk menjaga kesinambungan usaha serta keselarasan hubungan antar karyawan.

g. Teller

Teller bertugas memberikan pelayanan kepada setiap nasabah terutama dalam hal penerimaan dan pengeluaran baik tunai maupun pemindahbukuan, mengadministrasikan semua dokumen yang berkaitan dengan unit kerja kas dan teller.

Adapun tugas dan tanggung jawab teller adalah sebagai berikut:

1. Persiapan

- a) Memeriksa sarana kerja yang diperlukan
- b) Merapikan penampilan diri sebelum kerja
- c) Mengambil cash box dari ruang khasanah
- d) Menghitung uang yang ada di box dan mencocokkan jumlahnya dengan saldo yang ada di blue sheet
- e) Menerapkan standar pelayanan
 - 1) Senyum dan ramah
 - 2) Ucapan selamat (Greeting) dan panggil nama nasabah

2. Pelayanan

- a) Menerima setoran dan penarikan tabungan nasabah baik tabungan giro dan deposito
- b) Melakukan pencairan cek
- c) Melakukan transaksi kas kecil dan uang muka

- d) Melakukan verifikasi, specimen nasabah untuk setiap penarikan, pencairan cek dan pemindah bukuan dengan bilyet giro.
- 3. Payment point
Melakukan pembayaran telkom dan telkomsel
- 4. Administrasi
 - a) Mencatat setiap transaksi penerimaan kedalam daftar penerimaan kas
 - b) Mencatat setiap transaksi pembayaran kedalam daftar pembayaran kas
 - c) Mencatat semua transaksi harian ke blue sheet
- 5. Sortir uang
 - a) Menyortir uang yang diragukan keasliannya (palsu)
 - b) Menyortir uang edar dan tidak layak edar
- h. Security
Tugas pokok security adalah :
 - 1) Menjaga keselamatan dan kenyamanan BRISyariah
 - 2) Memberikan pelayanan kepada nasabah
 - 3) Melakukan pengawalan uang/barang penting lainnya.
- i. Pramubakti
Pramubakti bertugas membantu mengarsipkan, menjaga kebersihan dan inventarisasi dokument bank.
Adapun tugas dan tanggung jawabnya adalah:
 - 1) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Pincapem
 - 2) Bertanggung jawab pada bagian personalia
 - 3) Menjaga kebersihan dan kerapian kantor BRISyariah
 - 4) Menjaga persediaan dan peralatan kantor

B. Pembahasan

1. Gambaran Umum Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui distribusi responden berdasarkan jenis pekerjaan, perangkat yang digunakan, produk *E-banking* yang digunakan. Adapun hasilnya adalah:

a. Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Adanya perbedaan jenis pekerjaan nasabah berkaitan dengan rata-rata penghasilan nasabah setiap bulannya. Hal ini berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *E-banking* pada BRIS Sungai Rumbai Dharmasraya. Adapun komposisi responden berdasarkan jenis pekerjaan responden disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	17	17.9 %
PNS/BUMN	14	14.7 %
Karyawan Swasta	17	17.9 %
Wirausaha	17	17.9 %
Ibu Rumah Tangga	23	24.2 %
Belum Bekerja	7	7.4 %
Total	95	100 %

Sumber: data primer diolah, 2020

Tabel 4.1 menjelaskan bahwa dari 95 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden bekerja sebagai ibu rumah tangga.

b. Responden menurut perangkat yang di gunakan mengakses layanan *E-banking*

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan perangkat yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4. 2
Profil Responden Berdasarkan Perangkat yang digunakan

Perangkat	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
Handphone	85	89.5 %
Tablet	0	0%
Komputer	1	1%
Laptop	9	9.5%
Total	95	100 %

Sumber: data primer diolah, 2020

Tabel 4.2 menjelaskan bahwa dari 95 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden mengakses layanan *E-banking* yaitu menggunakan handphone.

c. Responden menurut produk *E-banking* yang digunakan

Deskripsi karakteristik responden produk *E-banking* yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut :

Tabel 4. 3
Profil Responden Berdasarkan produk yang digunakan

Produk <i>E-banking</i>	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
Mobile Banking	82	86.3 %
Internet Banking	8	8.4 %
Sms Banking	5	5.3 %
Total	95	100 %

Sumber: data primer diolah, 2020

Tabel 4.3 menjelaskan bahwa dari 95 responden yang digunakan untuk sampel, mayoritas responden menggunakan produk *E-banking* yaitu Mobile Banking.

2. Deskriptif Variabel Penelitian

a. Kualitas Layanan *E-banking*

Variabel X dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan *E-banking*. Kualitas Layanan *E-banking* merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Jumlah item

pernyataan yang diajukan kepada para nasabah BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya adalah sebanyak 1 item pertanyaan dengan 4 buah pertanyaan. Untuk mengetahui jumlah responden yang menjawab dari beberapa skala pernyataan kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4. 4
Deskriptif Kualitas Layanan *E-banking*

Variabel	Butir Soal	SS	S	TS	STS	Total
Kualitas Layanan <i>E-banking</i>	A.1	22	61	12	0	95
	2	12	52	31	0	95
	3	44	32	19	0	95
	4	8	39	48	0	95

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diketahui jumlah responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan satu tentang kualitas layanan *E-banking* bahwa Bank menjamin keamanan transaksi Finansial melalui *E-banking* yaitu sebanyak 22 orang responden, setuju sebanyak 61 orang responden, tidak setuju 12 orang responden. jumlah responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan kedua tentang *E-banking* kualitas layanan bahwa informasi dalam website *E-banking* BRI Syariah sangat akurat yaitu sebanyak 12 orang responden, setuju sebanyak 52 orang responden, tidak setuju 31 orang responden. jumlah responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan ketiga tentang kualitas layanan *E-banking* bahwa situs *E-banking* mudah diakses dengan koneksi *internet* yang berkecepatan rendah yaitu sebanyak 44 orang responden, setuju sebanyak 32 orang responden, tidak setuju 19 orang responden. jumlah responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan keempat tentang kualitas layanan *E-banking* bahwa tampilan halaman website *E-banking* BRI Syariah menarik yaitu

sebanyak 8 orang responden, setuju sebanyak 39 orang responden, tidak setuju 48 orang responden.

b. Kepuasan Nasabah

Variabel Y dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah menggunakan produk Layanan di BRI Syariah Sungai Rumbai. Jumlah pernyataan yang diajukan adalah sebanyak 1 item pernyataan dan terdapat 4 buah pertanyaan. Untuk mengetahui jumlah responden yang menjawab dari beberapa skala pernyataan kuesioner penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah:

Tabel 4. 5
Deskriptif Kepuasan Nasabah

Variabel	Butir Soal	SS	S	TS	STS	Total
Kualitas Layanan	B.1	16	42	37	0	95
	2	13	14	18	0	95
<i>E-banking</i>	3	14	44	37	0	95
	4	18	59	18	0	95

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, diketahui jumlah responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan Layanan *e-banking* BRI Syariah menyediakan layanan yang cepat dan efisien yaitu sebanyak 16 orang responden, setuju sebanyak 42 orang responden, tidak setuju 37 orang responden, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. jumlah responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan saya merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh BRI Syariah yaitu sebanyak 13 orang responden, setuju sebanyak 14 orang responden, tidak setuju 18 orang responden, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. jumlah responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan saya puas dengan produk layanan *E-banking* BRI Syariah yaitu sebanyak 14 orang responden, setuju sebanyak 44 orang responden, tidak setuju 37 orang responden, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. jumlah

responden yang menjawab sangat setuju terhadap pernyataan saya tidak ingin beralih ke bank lain yaitu sebanyak 18 orang responden, setuju sebanyak 59 orang responden, tidak setuju 18 orang responden, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

3. Pengujian dan Hasil Analisis Data

a. Pengujian Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar mampu mengukur yang yang diinginkan. Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid instrumen dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang penyelesaian dibantu dengan menggunakan program SPSS Versi 25. Uji validitas dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} dengan menggunakan rumus koefisien korelasi *product moment* yang dikemukakan pearson, dengan kriteria berikut ini:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dapat dinyatakan valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dapat dinyatakan tidak valid

Sedangkan untuk mendapatkan r_{tabel} dilakukan dengan tabel r product moment, yaitu menentukan alpha (α) = 0,05 kemudian n (sampel) = 30 orang, sehingga didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hasil uji validitas selengkapnya tersaji pada tabel-tabel yang telah disediakan.

Uji validitas dilakukan mengungkap apakah pernyataan atau pertanyaan pada kuisioner tersebut sah atau tidak. Berdasarkan data yang diolah pada SPSS data yang signifikan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Uji Validitas Bagian kualitas layanan *E-Banking*

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Item 1	0,531	0,361	Valid
2	Item 2	0,809	0,361	Valid
3	Item 3	0,883	0,361	Valid
4	Item 4	0,840	0,361	Valid

Sumber : Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kualitas layanan *E-banking* untuk ke 4 item menyatakan semuanya valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, yaitu item 1: $0,531 > 0,361$, item 2: $0,809 > 0,361$, item 3: $0,883 > 0,361$ dan item 4: $0,840 > 0,361$.

Uji validitas instrumen untuk bagian kepuasan nasabah yang diperoleh dari program SPSS Versi 25, dimuat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 7
Uji validitas Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	Item 1	0,848	0,361	Valid
2	Item 2	0,769	0,361	Valid
3	Item 3	0,821	0,361	Valid
4	Item 4	0,575	0,361	Valid

Sumber : Data Olahan, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa untuk variabel kepuasan nasabah untuk 4 item pernyataan dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, yaitu item 1: $0,848 > 0,361$, item 2: $0,769 > 0,361$, item 3: $0,821 > 0,361$, item 4: $0,575 > 0,361$.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data untuk mengetahui apakah saat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistennya. Instrumen yang realibel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data sama. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu (Sugiyono, 2010, 178). Priyatno mengatakan bahwa “suatu konstruk atau instrumen variabel dikatakan realibel, jika memberikan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 (sebagai nilai standar umum diterimanya reliabilitas suatu instrumen penelitian). Secara umum keandalan suatu instrumen penelitian pada dalam kisaran $> 0,06$ sampai dengan 0,80 dapat dikatakan baik, jika dalam kisaran $> 0,80$ sampai dengan 1,00 dianggap sangat baik.

Pengujian reabilitas ini dapat juga dikatakan dengan membandingkan nilai koefisien r_{hitung} yang terdapat dalam kolom *Cronbach's AlphaItem Deleted* dengan r_{tabel} *product moment*. Maka kuesioner yang digunakan dapat penelitian dapat dikatakan handal atau reliabel, artinya kuesioner tersebut memenuhi persyaratan reabilitas (Sugiyono, 2010: 184).

Pada tabel di bawah ini menguraikan besaran nilai *alpha* hitung masing-masing instrumen. Semua data yang tertera pada tabel-tabel di bawah ini adalah data yang diambil dari hasil pengolahan data melalui program SPSS Versi 25. Pertama adalah uji reabilitas instrumen bagian keamanan yang dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4. 8
Uji Reliabilitas Bagian kualitas layanan *e-banking*
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.769	4

Sumber: data olahan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 Hasil reabilitas yang dilakukan terhadap angket kualitas layanan *e-banking* adalah nilai 769, berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa angket uji coba angket kualitas layanan *e-banking* memiliki reabilitas yang baik.

Terakhir adalah uji reabilitas untuk mengukur atau menguji instrumen penelitian bagian kepuasan nasabah dapat dilihat di table 4.9 :

Tabel 4. 9
Uji Reliabilitas Bagian Kepuasan Nasabah
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.756	4

Sumber: data olahan SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 Hasil reabilitas yang dilakukan terhadap angket kepuasan nasabah adalah nilai 0,756, berdasarkan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa angket uji coba kepuasan nasabah memiliki reabilitas baik.

b. Uji Normalitas Data

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.46624022
Most Extreme Differences	Absolute	.175
	Positive	.079
	Negative	-.175
Test Statistic		.175
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Olahan SPSS, 2020.

Berdasarkan tabel 4.10 *One-Sampel Kolmorov-Smirnov Test* diperoleh angka *asympt.sig* (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau= 5%) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- 1) Nilai sig. Atau signifikan < 0,05 distribusi data tidak normal
- 2) Nilai sig. Atau signifikan > 0,05 distribusi data adalah normal.

Pada data ini bahwa nilai *asympt.sig* (2-tailed) sebesar 0.000 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara tidak normal. Karena memiliki nilai signifikan kecil dari 0,05.

c. Uji korelasi

uji korelasi bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Dari analisis data yang dilakukan dengan SPSS 25 dapat disajikan analisis sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Hasil Uji korelasi
Correlations

		kualitas layanan e banking	kepuasan nasabah
kualitas layanan e banking	Pearson Correlation	1	.682**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	95	95
kepuasan nasabah	Pearson Correlation	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	95	95

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

Berdasarkan tabel 4.11 *correlations* diperoleh angka *asympt.sig* (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau= 5%) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- 1) Nilai sig. Atau signifikan < 0,05 maka berkorelasi.
- 2) Nilai sig. Atau signifikan > 0,05 maka tidak berkorelasi.

Pada data ini bahwa nilai *asympt.sig* (2-tailed) pada kualitas layanan *E-banking* dan kepuasan nasabah sebesar 0.000 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berkorelasi. Karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Dan dari data diatas nilai *person correlation* pada kualitas layanan *E-banking* dan kepuasan nasaba sebesar 682 yang berarti bentuk hubungan dua variabel adalah positif yang dimaksud positif yaitu semakin tinggi kualitas layanan *E-banking* maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah dengan pedoman derajat hubungan korelasinya kuat.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel depeden. berikut di bawah ini tabel hasil koefiensi determinasi.

Tabel 4. 12
Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.459	1.474

a. Predictors: (Constant), kualitas_layanan

b. Dependent Variable: kepuasa_nasabah

Berdasarkan *output* dari tabel diatas diperoleh angka *R Square* sebesar 0,465 atau 46,5%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen yaitu kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh sebesar 46.7% sedangkan sisanya 53,3% di pengaruhi faktor lain.

e. Uji Signifikan (Uji t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada di dalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengarah satu variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Tabel 4. 13
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2.347	.749		3.135	.002
	kualitas_layanan	.739	.082	.682	8.988	.000

a. Dependent Variable: kepuasa_nasabah

Sumber: data primer (diolah) menggunakan SPSS

Dari tabel di atas dapat dihitung dari variabel bebas. Selanjutnya dihitung penelitian di bandingkan dengan tabel dengan taraf kesalahan 10% dan derajat kebebasan (df) = $n-2 = 95 - 1 = 94$ diperoleh tabel = 1.661 dari tabel di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas layanan *e-banking* diperoleh dihitung sebesar 8.988 karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8.988 > 1.661$), sedangkan untuk signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah.

f. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis ini digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel X (kualitas layanan *e-banking*) dan variabel Y (kepuasan nasabah). Dari analisis data yang dilakukan dengan SPSS 25 dapat disajikan analisis sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Uji Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.347	.749		3.135	.002
	kualitas_layanan	.739	.082	.682	8.988	.000

a. Dependent Variable: kepuasa_nasabah

Sumber: data primer (diolah) menggunakan SPSS

Hasil regresi linear sederhana yang terlihat pada tabel di atas nilai konstanta sebesar 2.347 dan nilai koefisien regresi dari variabel X adalah sebesar 739. Jadi nilai koefisien regresi sederhana masing-masing variabel di atas dapat disubsitusikan ke dalam persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 2.347 + 739X$$

Berdasarkan tabel di atas koefisien regresi yang diolah dengan SPSS 25 maka dapat dilihat sebagai berikut:

a. Nilai konstanta (a) adalah 2.347. Artinya jika variabel independen yaitu kualitas layanan *e-banking* adalah nol (konstan), maka besarnya kepuasan nasabah adalah 2.347.

b. Nilai koefisien regresi (b) kualitas layanan *e-banking* bernilai positif yaitu 739. Ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan dari layanan *e-banking* ,maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 739.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan *E-banking* terhadap kepuasan nasabah pada PT.BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya. Kontribusi kualitas layanan *E-banking* mempengaruhi kepuasan nasabah signifikan hanya sebesar 46.7% sedangkan sisanya 53,3% di pengaruhi faktor lain. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh kualitas layanan *E-banking* terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka peneliti ingin memberikan saran yang mungkin dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan, beberapa saran tersebut antara lain:

1. Bagi pihak BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya sendiri agar lebih memperkenalkan lagi tentang apa itu layanan *E-banking* walaupun dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh positif antara layanan *E-banking* terhadap kepuasan nasabah dan lebih meningkatkan lagi kualitas produk layanan *E-banking* sendiri. menurut penulis itu penting agar lebih bisa meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang layanan *E-banking* apa saja yang ada di BRI Syariah Sungai Rumbai Dharmasraya dan lebih menarik perhatian lagi bagi masyarakat yang belum menggunakan produk layanan *E-banking*.
2. Bagi peneliti selanjutnya perlu juga melakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan beberapa faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Haryanto, Yogyakarta: Imam. 2005. *Pengantar Bisnis*, Grahalilimu.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabet
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press.
- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L., Berry L., 1985." *Problems and strategies in services marketing*". *Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring)*.
- Anandar, Agustina dan Putri. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PDAM Tirta Kencana Kota Samarinda Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Wilayah Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kecamatan Sungai Pinang*. *Jurnal Administrasi Negara*, IISSN 0000-00003, Vol, No.4,2015:1103-1114.
- Arikunto, 2002. *Prosedur penelitian:suatu pendekatan praktek*, Jakarta: Rineka Cipta
- Aziz Hakim 2005. *Islam dan Ekonomi Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta:Renaissan.
- Bungin, B. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bambang Riyanto. 2010. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE
- Fahmi. Alfabeta 2016. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, 2007 *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan penerbit UNDIP
- Herry Buchory Dan Djasmin Saladin. 2016. *Dasar- Dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya
- Harun, Isra, Haerul. J.E. (2013). *Hubungan Antar Kualitas Pelayan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank*. *Jurnal Psikologis*

- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Indrianty, Dewi Retno. 2010. *Analisi Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien Diponegoro*. Karya Ilmiah Skripsi Irham
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supomo, 1999 *Metodologi penelitian dan bisnis*, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta.
- Irawan, H. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pengguna*, Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Kasmir, 2010. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada
- Kotler, Philip. 2000, *Marketing Manajemen*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler and Keller. 2002, *Manajemen Pemasaran, edisi millenium, jilid 2*, Jakarta: Prehallindo
- Kotler, Philip. Dan A.B Susanto 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Imlementasi Dan Pengendalian* (Edisi Kedua) . Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi Dan Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik*, Depok: Salemba Empat.
- Maryanto Supriyono. 2011, *Buku Pintar Perbankan*, Yogyakarta: Andi.
- M. Nur Rianto Al-Arif. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung:Alfaet
- Parasuraman, A, Zeithaml, V. A. Benny L.L. 1998 . *Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Quality*, *Journal Of Retsiling Vol.4(1)*
- Panjaitan. J.E 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Bandung* . *Jurnal Manajemen Vol 11 No 2*
- Priyatno Dwi, 2014, *Mandiri Belajar SPSS*, Jakarta:Kencana
- Rambat Lupiyoadi 2013. *Manajemen Pemasran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Riswandi. 2005, *Aspek Hukum Internet Banking*, Jakarta:Raja Grafindo Persada
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2011. *Service, Quality & Satisfaction*.
- Tjiptono, F. 2000. *Manajemen jasa*, Yogyakarta :Andi Offset.
- Tjiptono, F. 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta :Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa, Penerapan, Dan Penelitian*, Yogyakarta :Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua* , Yogyakarta :Andi Offset.
- Wiji Nurastuti, 2011, *Teknologi Perbankan*, Jakarta:Graha Ilmu. Yogyakarta: Andi Offset
- Yamit Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta. Ekonesia.