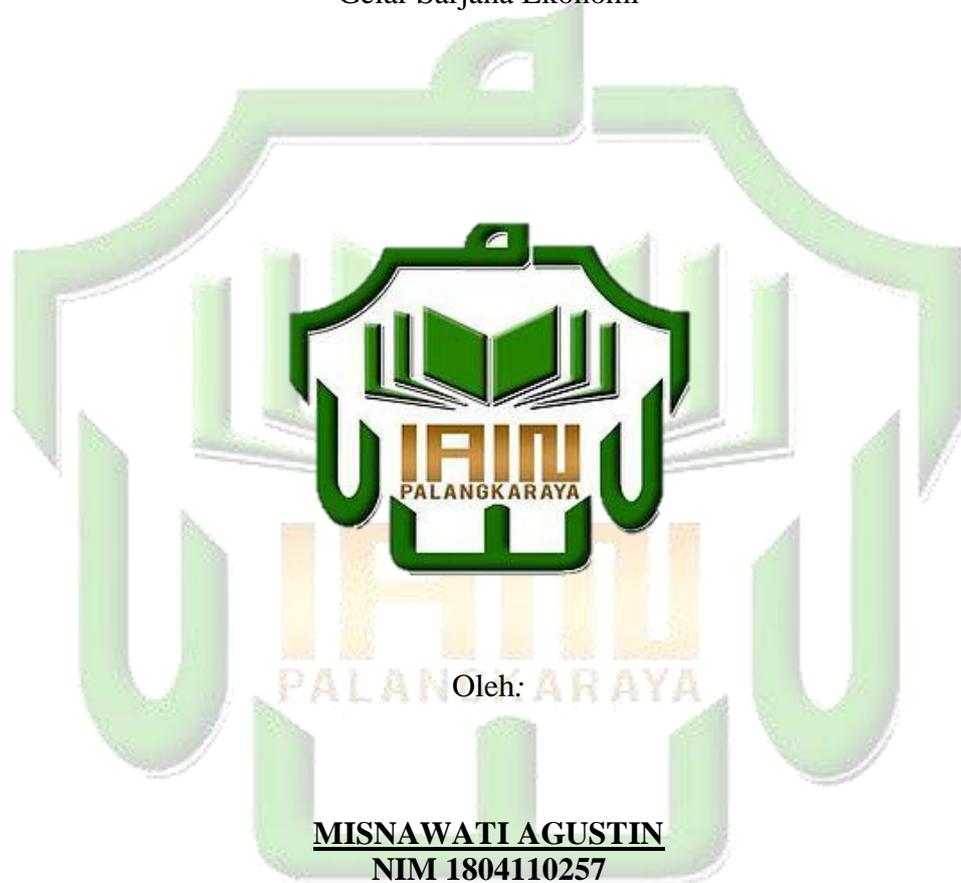


**PENGARUH INTERNET BANKING DAN SHORT MESSAGE  
SERVICE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK  
SYARIAH INDONESIA KC 1 PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk melengkap dan Memenuhi Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

**MISNAWATI AGUSTIN**

**NIM 1804110257**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKARAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
TAHUN 2022/ M/1444 H**

**PERSETUJUAN SKIRIPSI**

JUDUL : **PENGARUH INTERNET BANKING DAN SHORT MESSAGE SERVICE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KC I KOTA PALANGKA RAYA**

NAMA : MISNAWATI AGUSTIN

NIM : 1804110257

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya Agustus 2022

Menyetujui

Pembimbing I



**Muhammad Riza Hafzi, M.Sc**  
NIP.198806172019031006

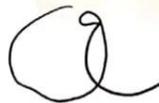
Pembimbing II



**Hasnita, S.Si., M.Si**  
NIP.199506032020122025

Mengetahui

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. M. Ali Sibrani Malisi, M.Ag**  
NIP. 19704232001121002

Ketua Jurusan  
Ekonomi Islam



**Dr. Itsla Yunisva, M.Esy**  
NIP. 198910102015032012

NOTA DINAS

Hal : Mohon diuji skripsi  
Saudari Misnawati Agustin

Palangka Raya, 4 Agustus 2022  
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi  
FEBI IAIN Palangka Raya  
Di-  
Palangka Raya

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari :

Nama : Misnawati Agustin

Nim : 1804110257

Judul : **PENGARUH INTERNET BANKING DAN SHORT MESSAGE SERVICE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KC I KOTA PALANGKA RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

*Wassalamun 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh*

Pembimbing I



Muhammad Riza Hafizi, M.Sc  
NIP 198806172019031006

Pembimbing II



Hasnita, S.Si., M.Si  
NIP 199506032020122025

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "PENGARUH INTERNET BANKING DAN SHORT MESSAGE SERVICE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KC 1 KOTA PALANGKA RAYA" Oleh Misnawati Agustin, NIM 1804110257 telah *dimunaqasahkan* oleh tim *munaqasah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 18 Oktober 2022

Palangka Raya, 18 Oktober 2022

TIM PENGUJI

- 1.(Jelita, M.SI) (.....)  
Ketua Sidang/Penguji
- 2.(Imam Qalyubi, S,S., M.Hum) (.....)  
Penguji I
3. (Muhammad Riza Hafizi, M.Sc) (.....)  
Penguji II
- 4.(Hasnita, S.Si., M.Si) (.....)  
Penguji/Sekretaris

Mengetahui  
Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

**Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag**

NIP 19704232001121002

# **Pengaruh Internet Banking Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kota Palangka Raya Kc 1**

## **ABSTRAK**

Oleh : Misnawati Agustin

NIM.1804110257

Internet banking adalah layanan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet karena merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah, dan untuk menganalisis pengaruh layanan short message service banking terhadap kepuasan nasabah secara silmutan.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan internet banking dan short message service banking di Bank Syariah Indonesia Kc 1 Palangka Raya pada tahun 2022 sebanyak 69 responden. Jadi dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan nilai 1 – 4 dari sampel 69. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan rumus lemeshow dengan hasil 69 nasabah. Kemudian pengolahan datanya dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan dengan uji f bahwa internet banking dan short message service banking secara silmutan berpengaruh signifikan 0,000 terhadap kepuasan nasabah yang artinya semakin baik layanan internet banking dan sms banking maka dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Hasil penelitian uji t juga menunjukkan bahwa internet banking dan short message service banking secara parsial berpengaruh signifikansi 0,000 terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji koefisien determinasi didapatkan nilai  $R^2$  0,642 yang artinya bahwa besar pengaruh internet banking dan sms banking terhadap kepuasan nasabah adalah 64,2%.

Kata kunci :Internet Banking, Short Message Service Banking ,Kepuasan Nasabah Bank Syariah

***The Effect Of Internet Banking And Short Message Service Banking On  
Customer Satisfaction At Bank Syariah Indonesia Palangka Raya Kc 1***

***ABSTRACT***

By: Misnawati Agustin

NIM.1804110257

*Internet banking is a service for conducting banking transactions through the internet network because it is a banking activity that utilizes internet technology as a medium for conducting transactions and obtaining other information through the bank's website. This activity uses the internet network as an intermediary or liaison between the customer and the bank without having to go to the bank office. This study aims to analyze internet banking services related to customer satisfaction, and to analyze the effect of short message service banking services on customer satisfaction simultaneously.*

*The research approach used is a quantitative approach. The population in this study is internet banking service users and short message service banking at Bank Syariah Indonesia Kc 1 Palangka Raya in 2022 as many as 69 respondents. The sampling used is by using the Lemeshow formula with the results of 69 customers. Then processing the data using the SPSS 25 application.*

*The results of the study show that with the f test that internet banking and short message service banking simultaneously have a significant effect of 0.000 on customer satisfaction, which means that the better internet banking and sms banking services, the better it can affect customer satisfaction. The results of the t-test also show that internet banking and short message service banking partially have a significant effect of 0.000 on customer satisfaction. Based on the coefficient of determination test, the value of R<sup>2</sup> is 0.642, which means that the influence of internet banking and sms banking on customer satisfaction is 64,2.*

*Keywords: Internet Banking, Short Message Service Banking, Sharia Bank Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahai Wabarakatuh

Segala puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala(SWT) yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Internet Banking Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kc 1 Kota Palangka Raya” dengan lancar.

Sholawat serta salam semogaselalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu'alahi Wasallamberserta keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Skripsi ini dikerjakan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan, terutama peneliti mengucapkan terimakasih kepada Yang Terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya,
2. Bapak Dr. M. Ali Sibram Malisi, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya,
3. Ibu Dr. Itsla Yunisya Aviva, M. Esy, selaku ketua jurusan Ekonomi Islam,
4. Ibu Fadiah Adlina S. Fi. I., M. Pd. I selaku ketua program studi Pebankan Syariah selama peneliti menjalani perkuliahan,

5. Bapak Muhammad Riza Hafizi S.E.,M.Sc dan Ibu Hasnita, M.Si pembimbing I dan pembimbing II yang selalu membimbing dan meluangkan waktu untuk memberikan masukan, arahan, pikiran dan penjelasan kepada peneliti,
6. Bapak Arif Mubarak, S.E.I.,M.E selaku dosen penasihat akademik selama peneliti menjalani perkuliahan,
7. Dosen-dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan seluruh Dosen IAIN Palangka Raya telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan,
8. Terimakasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada kedua orang tua, berkat do'a dan motivasinya yang tiada henti dari mereka sampai selesainya skripsi ini,
9. Terimakasih kepada bank Syariah Indonesia Kc 1 Kota Palangka Raya yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti,
10. Terimakasih kepada seluruh teman-teman mahasiswa FEBI tahun angkatan 2018 khususnya kelas B yang telah memberikan dukungan, motivasi serta doa kepada peneliti,
11. Terima Kasih sahabatku helmi dan eri yang selalu mensupport dan memberikan dukungan disetiap saat,
12. Ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

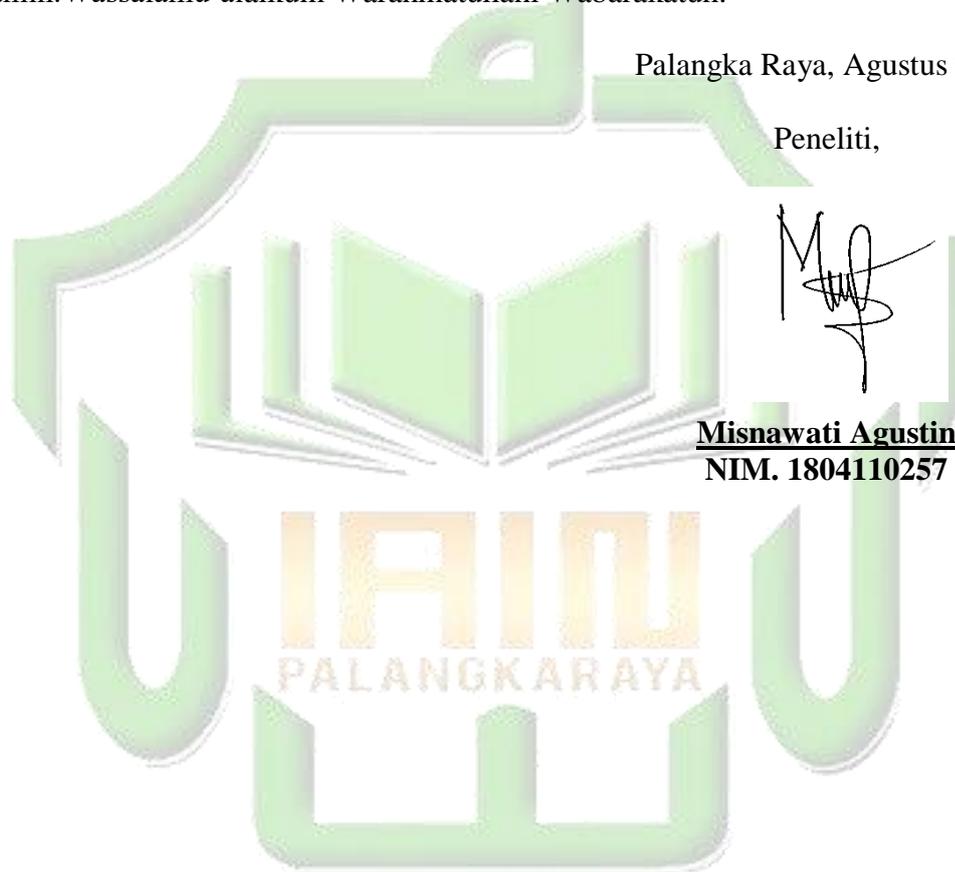
Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, akan tetapi peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak atau serta dipergunakan sebagaimana mestinya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta balasan kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Aamiin yaa Rabbal Alamin. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palangka Raya, Agustus 2022

Peneliti,



**Misnawati Agustin**  
**NIM. 1804110257**



## PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Misnawati Agustin  
Nim : 1804110257  
Program Studi/Jurusan : Perbankan Syariah / Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenjang : Strata Satu/S1

Bahwa skripsi ini dengan judul "PENGARUH INTERNET BANKING DAN SHORT MESSAGE SERVICE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KC 1 KOTA PALANGKA RAYA" benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak tepat sesuai dengan etika keilmuan. Jika ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Agustus 2022

Yang membuat Pernyataan



Misnawati Agustin

NIM.1804110257

x

---

## MOTTO

وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ

“ dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik  
kepadamu.”

(Qs. Al – Qashash : 77)



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es dan ye
ص	šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	ẓā'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gāin	g	ge
ف	fā'	f	ef
ق	qāf	q	qi
ك	kāf	k	ka
ل	lām	l	el
م	mīm	m	em
ن	nūn	n	en
و	wāw	w	w
هـ	hā'	h	ha
ء	hamzah	`	apostrof
ي	yā'	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap**

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

**C. *Tā' marbūṭah***

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang

sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
عَلَّة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

#### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	i
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	u
فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

#### E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهليَّة	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + ya' mati	ditulis	<i>ī</i>
كَرِيم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wawu mati	ditulis	<i>ū</i>
فَرُوض	ditulis	<i>furūd</i>

## F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

## G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>U'iddat</i>
لنشكركم	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

### I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذُو الْفُرُوضِ	ditulis	<i>Żawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKIRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINILTAS</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penulisan.....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Kajian Teori .....	13
1. Kerangka Teori.....	13
b. Kualitas Pelayanan .....	14
2. Kerangka Konsep .....	20
b. <i>Short Message Service Banking</i> .....	25
c. Murah .....	27
d. Nyaman .....	27

e. Bisa diandalkan .....	27
c. Kepuasan Nasabah .....	30
C. Kerangka Pikir .....	35
D. Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	37
B. Definisi Operasional Variabel.....	38
C. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
1. Waktu Penelitian .....	39
d. Lokasi Penelitian .....	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
1. Populasi Penelitian .....	40
2. Sampel Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
1. Observasi .....	42
2. Dokumentasi.....	42
3. Angket .....	43
F. Uji Istrumen Penelitian .....	44
1. Uji Validitas .....	44
2. Reliabilitas Penelitian.....	45
G. Teknik Pengolahan Data .....	46
H. Uji Prasyarat.....	48
2. Regresi Berganda .....	51
3. Uji Parsial (T) .....	52
4. Uji Sarentak (F).....	52
5. Koefisien Determinasi R2 .....	52
I. Sistematika Peulisan .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Gambaran Lokasi Penelitian .....	54
B. Uji Validitas dan Reabilitas .....	54
a. Uji Validitas .....	54

a) Kuesioner Internet Banking (X1).....	54
b) Kuesioner Short Message Service banking.....	55
c) Kuesioner Kepuasan Nasabah (Y).....	55
C. Penyajian Data .....	57
D. Uji Asumsi .....	59
1. Uji Normalitas .....	59
2. Uji Multikolinearitas .....	60
3. Uji Heteroskedastisitas.....	61
E. Hasil Analisis Data .....	62
a. Analisis Regresi Linear Berganda .....	62
b. Hasil Uji T- Parsial .....	63
c. Hasil Uji F- Simultan.....	64
d. Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	65
I. Pembahasan.....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	38
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian .....	39
Tabel 3. 3 Indikator Variabel .....	43
Tabel 3. 4 Skala Likert .....	51
Tabel 4. 1 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4. 2 Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4. 4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4. 5 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	66
Tabel 4. 6 Uji T- Parsial.....	64
Tabel 4. 7 Uji F- Simultan.....	65
Tabel 4. 8 Kuesioner Internet Banking .....	54
Tabel 4. 9 Kuesioner Short Massage Service Banking .....	55
Tabel 4. 10 Kuesioner Kepuasan Nasabah.....	55
Tabel 4. 11 Kriteria Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	35
Gambar 4. 1 Grafik Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4. 2 Pekerjaan Nasabah .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 Hasil Pengaruh Kepuasan Nasabah ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4 Uji Heteroskedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 6 Tabel Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
Lampiran 7 Hasil Uji T- Parsial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 8 Hasil Uji F-Silmutan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 9 10 Uji Keabsahan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 10 Formulir <i>GoogleForm</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 11 Dokumentasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 12 Surat Menyurat .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 14 Biografi Peneliti.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

IAIN  
PALANGKARAYA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kualitas layanan merupakan kunci dari ukur kepuasan nasabah,kepuasan nasabah adalah perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.<sup>1</sup> Kepuasan nasabah merupakan hal terpenting yang harus diwujudkan suatu bank sehingga nasabah yang lama akan tetap bertahan dan nasabah baru akan datang melalui rekomendasi atau cerita pengalaman yang menyenangkan dari nasabah lama.

Ada beberapa cara yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu pertama dengan melalui sistem keluh dan saran dengan menggunakan kotak saran yang ditempatkan ditempat strategis, kedua dengan memperkerjakan ghost shopper untuk berperan sebagai nasabah potensial produk perusahaan, ketiga lost customer analisis dan yang terakhir dengan cara survey kepuasan nasabah baik menggunakan metode survey baik survei melalui pos,telepon,email,websiten maupun wawancara langsung.<sup>2</sup>

Selain itu dalam menentukan kepuasan nasabah ada faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu kualitas produk dimana pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, kualitas jasa dimana pelanggan akan merasa puas bila mereka

---

<sup>1</sup>Arga Satria Antasari, Kertahadi Kertahadi, and Riyadi Riyadi, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bontang)" (Brawijaya University, 2013).

<sup>2</sup>Sadaf Firdous and Rahela Farooqi, "Impact of Internet Banking Service Quality on Customer Satisfaction," *The Journal of Internet Banking and Commerce* 22, no. 1 (2017): 1–17.

mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan diharapkan, emosi dimana pelanggan akan merasa bangga terhadapnya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi, harga dimana produk yang memiliki kualitas yang sama dengan harga yang relative murah akan memberikan. Nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan dan biaya dimana pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendaptkan suatu produk.

Pengembangan layanan perbankan tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup.<sup>3</sup> Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan internet banking dan Short Message Service Banking adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi-lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang ril (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler dan telepon rumah.<sup>4</sup>

Bentuk layanan perbankan berbasis online adalah *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *electronic banking* (e-banking). Bank Syariah Indonesia membagi layanan ebanking menjadi 2 kategori, yaitu internet banking dan Short Message Service banking akan tetapi perkembangan teknologi informasi saat ini yang sangat pesat membuat kedua layanan tersebut semakin

---

<sup>3</sup>Adhi Prakosa and Ahsan Sumantika, "An Analysis of Online Shoppers' Acceptance and Trust toward Electronic Marketplace Using TAM Model," in *Journal of Physics: Conference Series*, vol. 1823, 2021, 12008.

<sup>4</sup>Johan Arifin, *Perlindungan Hukum Nasabah Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah: Studi Terhadap Nasabah BMT Di Kota Semarang* (Semarang: Walisongo Press, 2010).

sulit untuk dibedakan. Saat ini layanan perbankan sudah merupakan kebutuhan masyarakat, transaksi perbankan merupakan suatu keharusan.<sup>5</sup>

Sementara bagi bank itu sendiri produk dengan teknologi, informasi semakin memudahkan mereka untuk mengurangi pekerjaan karyawan khususnya teller dan atau customer service. Jalinan hubungan baik dengan nasabah, diawali dengan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara mempelajari perilaku nasabah tersebut dalam melakukan transaksi perbankan.

Keberhasilan dalam memahami nasabah menjadi kunci sukses dalam mendapatkan nasabah baru maupun untuk mempertahankan kesetiaan nasabah. Dalam dunia perbankan saat ini, M-Banking merupakan salah satu *delivery channel* untuk melakukan transaksi perbankan, seperti, transfer uang, mengetahui saldo, membayar tagihan, hingga membeli pulsa (top up voucher) Dengan adanya sarana bertransaksi tersebut, memungkinkan nasabah dilayani 24 jam tanpa henti.<sup>6</sup>

Layanan internet banking dan short message service diharapkan mampu memudahkan nasabah dalam bertransaksi. Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Nanda Pratiwi nasabah Bank Syariah Indonesia Indonesia KC 1 Kota Palangka Raya, menyatakan bahwa saat mengakses layanan internet banking harus mempunyai sinyal yang sangat kuat karena jika koneksi internet kurang baik, maka otomatis layanan internet banking tidak dapat diakses sehingga kita tidak dapat bertransaksi. Sementara

---

<sup>5</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Risk Management for Islamic Bank* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).

<sup>6</sup>Adhi Prakosa and Ahsan Sumantika, "Analisis Technology Acceptance Model Pada Pengguna Dompot Digital Di Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Manajemen* 10, no. 2 (2020): 137-46.

pendapat lain dikatakan oleh Ichsan Pura nasabah Bank Syariah Indonesia Indonesia KC 1 di kota Palangka Raya bahwa kerabatnya pernah menerima Short Message Service palsu yang menanyakan detail akun m-banking dari seorang hacker yang menyamar sebagai institusi keuangan sehingga uangnya terkuras habis.

Pernyataan lainnya disampaikan oleh Rio Mandala Putra nasabah Bank Syariah Indonesia Indonesia KC 1 di kota Palangka Raya, bahwa menggunakan layanan internet banking memang mudah dan dapat mempercepat transaksi serta menghemat waktu namun ia menyatakan kurang percaya terhadap layanan internet banking karena banyaknya berita terkait maraknya aksi pembobolan Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, penggunaan layanan internet banking dan Short Message Service Banking tidak semulus dengan apa yang diharapkan.

Maka dengan ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pengaruh layanan internet banking dan Short Message Service Banking terhadap kepuasan nasabah karena sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana persepsi nasabah terhadap layanan internet banking dan Short Message Service Banking apakah dengan adanya layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. Maka dari itu peneliti menuangkannya dengan judul **“Pengaruh layanan internet Banking dan Short Message Service short message service Banking terhadap kepuasan nasabah pada bank Syariah Indonesia Kc 1 kota Palangka Raya”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan penelitian yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah di bank syariah Indonesia Kc 1 di kota palangka Raya?
2. Seberapa besar pengaruh layanan Short Message Service banking terhadap kepuasan nasabah di bank syariah Indonesia Kc 1 di kota Palangka Raya?
3. Seberapa besar pengaruh layanan internet banking dan Short Message Service banking terhadap kepuasan nasabah secara simultan di bank syariah Indonesia Kc 1 di kota Palangka Raya?

## **C. Tujuan Penulisan**

Suatu penelitian pada umumnya memiliki tujuan dan manfaat untuk menambah wawasan pemikiran terhadap objek yang dikaji. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah di bank syariah indonesia di kota Palangka Raya.
2. Untuk menganalisis pengaruh layanan Short Message Service banking terhadap kepuasan nasabah di bank syariah indonesia di kota Palangka Raya.
3. Untuk menganalisis pengaruh layanan internet banking dan Short Message Service banking terhadap kepuasan nasabah secara simultan di bank syariah indonesia di kota Palangka Raya.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini di dapat menambahkan ilmu pengetahuan bagi perkembangan praktik internet banking dan short message service banking yang dimanfaatkan oleh perbankan agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah, karena memiliki kepuasan yang positif yang diterima oleh nasabah. Serta dapat mengetahui kepuasan nasabah dalam produk perbankan terutama bank Syariah Indonesia Kc 1 Palangka Raya.

### **2. Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi Perbankan**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagaibahan evaluasi oleh pihak atau manajemen bank dalam pengambilankeputusan maupun penerapan strategi yang efektif untuk mengatasipermasalahan yang sedang dihadapi yaitu kepuasan nasabah terhadapinternet Banking dan Short Message ServiceBanking.

#### **b. Bagi Penulis**

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang perbankan terutama yang berkaitan dengan penelitian terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC 1 di Kota Palangka Raya."

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini selain membahas teori-teori yang relevan dengan penelitian ini, dilakukan juga pengkajian terhadap hasil-hasil penelitian yang sudah pernah dilakukan para peneliti. Pengkajian atas hasil-hasil penelitian terdahulu akan sangat membantu peneliti lainnya dalam menelaah masalah yang akan dibahas dengan berbagai pendekatan spesifik. Selain itu dengan mempelajari hasil-hasil penelitian terdahulu akan memberikan pemahaman komprehensif mengenai posisi peneliti. Berikut kajian atau penelitian terdahulu yang relevan yang bersumber dari jurnal sebagai acuan penulis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Berdasarkan penelitian pertama Zakaria Harapah “*Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Prabumuh*”, (Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah) Vol 6 No 1 Edisi Agustus 2020. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh m-banking terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah mandiri kota prabumuh. Metode yang digunakan regresi linear sederhana karena subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu m-banking (X) pada variabel dependen kepuasan nasabah (Y).<sup>7</sup>

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian tersebut di atas, yang dilakukan oleh Zakaria Harapah bahwa keterkaitan antara penelitian

---

<sup>7</sup>Zakaria Harapah, “Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumuh,” *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2020): 101–18.

terdahulu dengan penelitian yang diteliti oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang pentingnya kualitas layanan dalam kepuasan nasabah. Hanya saja fokus penelitian di atas adalah mengenai m-banking dan kepuasan nasabah karena m-banking menunjukkan pengaruh signifikan antara layanan m-banking dengan kepuasan nasabah pada bank syariah mandiri kota prabumulih. Penelitian terdahulu memberikan manfaat sebagai rujukan karena hal ini berarti penerapan dipelayanan m-banking memiliki peranan penting dalam kepuasan nasabah.

Penelitian kedua, penelitian kedua oleh Dedi Hartaw "*Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang*" (jurnal I-Economic Vol.3. No 2. Desember 2017). Penelitian ini bertujuan menganalisis mengenai pengaruh internet banking terhadap kepuasan nasabah studi kasus pada nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang).Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana berdasarkan hasil penelitian bahwa berdasarkan uji f, variabelindependent (internet –banking) X mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabeldependen (kepuasan nasabah) Y.

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian tersebut di atas, yang dilakukan oleh Dedi Hartaw. Bahwa keterkaitan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang pentingnya kemudahan dan kepercayaan kepada bank yang mempunyai produk perbankan dalam kepuasan nasabah. Penelitian terdahulu memberikan manfaat sebagai rujukan untuk mencari sebuah kebaruan (m-

banking) yang mana sebagai sumber acuan persamaan pada internet banking terhadap kepuasan nasabah.<sup>8</sup>

Penelitian ketiga, oleh Chyntia Sukriani dan Irdha Yusra. "*Pengaruh Penggunaan Layanan Short Message Service Banking terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Di Bank Nagari Cabang Tapan*". (Academic Conference For Management I Vol.1 Februari 2019: 452-462). Penelitian ini bertujuan menganalisis mengenai pengguna layanan short message service banking terhadap loyalitas nasabah yang dimoderasi oleh kepuasan di bank nagari cabang tapan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear Dimana Y merupakan Loyalitas Nasabah sebagai variabel dependen  $\alpha$  merupakan konstanta (intercept),  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ ,  $\beta_3$  merupakan Koefisien Regresi, Z merupakan Kepuasan Nasabah sebagai variabel moderasi XZ merupakan perkalian antara variabel penggunaan Short Message Service Banking, Bangkigshort message service banking dengan kepuasan dan e merupakan Standar error.

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian tersebut di atas, yang dilakukan oleh Chyntia Sukriani dan Irdha Yusra bahwa keterkaitan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang penggunaan layanan short message service banking bangking frekuensi dalam penggunaan, waktu penggunaan, pola penggunaan, ketergantungan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Nagari Cabang Tapan dan kepuasan memoderasi pengaruh penggunaan

---

<sup>8</sup>Dedi Hartawan, "Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang)," *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 2 (2017): 149–66.

layanan short message service banking, Banking terhadap loyalitas nasabah di Bank Nagari Cabang Tapan.<sup>9</sup> Penelitian terdahulu memberikan manfaat sebagai rujukan untuk mencari sebuah kebaruan (Short Message Service Banking) yang mana sebagai sumber acuan persamaan short message service banking banking terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian keempat, oleh penelitian karya Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan, dengan judul “Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan *Modified Theory Of Planned Behavior*”. Hasil dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan internet banking dengan menggunakan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991). Metode pengumpulan data adalah metode survei. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan yang menduduki posisi penting di Universitas Brawijaya Malang.

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian di atas, yang dilakukan oleh Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan bahwa keterkaitan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti adalah sama-sama membahas tentang internet banking berpengaruh terhadap model *Theory of Planned Behavior* secara parsial. Secara simultan atau bersamaan memberikan pengaruh minat menggunakan layanan internet banking. Penelitian terdahulu memberikan manfaat sebagai rujukan untuk mencari sebuah kebaruan (*novelty*) yaitu sebagai bahan dan internet

---

<sup>9</sup>Chyntia Sukriani and Irdha Yusra, “Pengaruh Penggunaan Layanan Sms Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Di Bank Nagari Cabang Tapan,” in *Academic Conference For Management 1*, 2019.

banking berpengaruh terhadap model *Theory of Planned Behavior* secara parsial. Secara simultan atau bersamaan memberikan pengaruh persamaan pada teori internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial. Secara simultan atau bersamaan memberikan pengaruh kepada nasabah terhadap persepsi meningkatkan tentang model *Theory of Planned Behavior*.<sup>10</sup>

Peneliti ke lima oleh Penelitian karya Suci Sulistiyarini, dengan judul “Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) Dan *Theory Of Planned Behavior* (TPB)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat individu untuk menggunakan mobile banking ditentukan oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norm*).

Berdasarkan hasil pemaparan penelitian tersebut di atas, yang dilakukan oleh Suci Sulistiyarini bahwa keterkaitan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang diteliti oleh penulis adalah sama-sama membahas tentang Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model* (TAM) Dan *Theory Of Planned Behavior* (TPB)”. Penelitian terdahulu memberikan manfaat sebagai rujukan untuk mencari sebuah kebaruan (*novelty*) yaitu sebagai bahan acuan untuk mengetahui konsumen atau nasabah memiliki kebutuhan atau tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara

---

<sup>10</sup> Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan, *Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Barwijaya, 2013.

mobile banking. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam system perbankan secara mobile banking.<sup>11</sup>

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Zakaria Harapah 2020	Pengaruh Pelayanan M-Baking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Pribumi	Menganalisis pengaruh m-banking terhadap kepuasan nasaah pada bank syariah mandiri kota pribumi.	Penerapan dipelayananm-banking memiliki peranan penting dalam kepuasan nasabah.Sementara penelitian peneliti berfokus pengaruh short massage Banking service dan internet banking terhadap kepuasan nasabah Kc 1 Palangka Raya.
2	Dedi Hartaw 2017	Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang	Pengaruh internet banking terhadap kepuasan nasabah	Terletak pada pengaruh internet banking terhadap kepuasan nasabah. Sementara penelitian peneliti berfokus pada kepuasan nasabah terhadap peroduk short massage servicebanking dan internet banking bank BSI Kc 1 Palangka Raya.
3	Chyntia Sukriani dan Irdha Yusra 2019	Pengaruh Penggunaan Layanan Short massage service banking Terhadap Loyalitas Nasabah	Pengaruh Penggunaan Layanan Short massage service banking Terhadap Loyalitas	Terletakpada pengaruh pengguna layanan short massage service banking terdapat loyalitas nasabah. Sementara penelitian peneliti fokus terhadap

<sup>11</sup>Suci Sulistiyarini, Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB), Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2013.

		Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Di Bank Nagari Cabang Tapan	Nasabah Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan	kepuasan nasabah dalam menggunakan short message service banking dan internet banking.
4	Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan 2013.	“Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan <i>Modified Theory Of Planned Behavior</i> ”.	Pengaruh internet banking pada minat individu.	Terletak pada internet banking dalam pendekatan <i>Modified Theory Of Planned Behavior</i> ”. Sementara penelitian peneliti berfokus pada pengaruh short message service banking dan internet banking terhadap kepuasan nasabah.
5	Suci Sulistiyari 2013	“Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> Dan <i>Theory Of Planned Behavior (TPB)</i> ”.	Pengaruh mobile banking terhadap kepuasana nasabah.	Terletak pada pengaruh mobile banking terhadap minat individu. Sementara penelitian peneliti berfokus pada pengaruh internet banking dan shor message service banking terhadap kepuasan nasabah bank BSI Kc 1 Palangka Raya.

Sumber: Dibuat Oleh Penelitian

## B. Kajian Teori

### 1. Kerangka Teori

#### a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi antara orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan kepada konsumen atau pemohon atau dapat diartikan sebagai aktifitas yang dilakukan satu pihak kepada pihak lain,

baik dengan menggunakan alat maupun tidak dan pelayanan dapat berlangsung biasanya karena ada suatu kegiatan yang akan dicapai.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.<sup>12</sup> Menurut Barata mengemukakan bahwa “Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan”.<sup>13</sup>

Menurut Invancevich, dkk mengemukakan bahwa “Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata yang melibatkan usaha-usaha manusia menggunakan peralatan”.<sup>14</sup> Berdasarkan pendapat Fisk, et.al mengemukakan bahwa “Esensi pelayanan adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian tindakan, interaksi, aktifitas penting untuk menyampaikan jasa kepada pelanggan dimana dalam penyampaian ini terdapat tujuan menghasilkan keuntungan”.<sup>15</sup>

## **b. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara

<sup>12</sup>Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Pertama (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016).

<sup>13</sup>Arista Atmadjati, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini* (Deepublish, 2018).

<sup>14</sup>Karlina Sari Novia, “The Influence of Non-Physical Work Environment and Workload on Employee Satisfaction at PT. Sumber Ganda Mekar City of Bandung,” 2019, 1–21.

<sup>15</sup>Lely Indah Mindarti, *Manajemen Pelayanan Publik: Menuju Tata Kelola Yang Baik* (Universitas Brawijaya Press, 2016).

membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima.

Norman mengatakan bahwa “Apabila ingin sukses memberikan kualitas pelayanan, kita harus memahami terlebih dahulu karakteristik tentang pelayanan”.<sup>16</sup> Karakteristik pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Pelayanan sifatnya tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan social.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadian bersamaan dan terjadiditempatyangsama.

Samparamengemukakan bahwa: “Kualitaspelayananadalahpelayananyangdiberikankepadapelanggansesuidenganstandarpelayananyangtelahdibakukansebagaipedomandalammemberikanlayanan.Standarpeayananadalahukuranyangtelahditentukansebagaisuatupembakuanpelayananyang baik”.<sup>17</sup>

GoetschdanDavismenyatakan

“Kualitaspelayananadalahmerupakankondisidinamisyangberhubungan denganproduk,jasa,manusia,proses,danlingkunganyangmemenuhiatau melebihiharapan”.Jugadiartikansebagaisuatuyangberhubungandengantenterpenuhinyaharapanataukebutuhanpelanggan,dimana

---

<sup>16</sup>Hardiyansyah, *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya* (Jakarta: Gava Media, 2018).

<sup>17</sup>Ibid.

pelayanandikatakanberkualitasapabiladapatmenyediakanprodukdanjasa(pelayanan)sesuaidengankebutuhandanharapanpelanggan.<sup>18</sup>

Jadi terdapat lima indikator layanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut:<sup>19</sup>

- 1) *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.
- 3) *Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:<sup>20</sup>
  - a) *Communication* (komunikasi), yaitu secara terus menerus membiarkan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan

---

<sup>18</sup>Ibid.

<sup>19</sup>Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005).

<sup>20</sup>Abd Shomad and Trisadini P Usanti, *Transaksi Bank Syariah* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013).

penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti disamping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan complain yang dilakukan oleh pelanggan

- b) *Credibility* (kredibilitas), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan atau sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
  - c) *Security* (keamanan), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang akan diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.
  - d) *Competence* (kompetensi), yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
  - e) *Courtesy* (sopan santun), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan sopan santun yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.
- 4) *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian

dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengorganisasian yang nyaman bagi pelanggan.

- 5) *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal perusahaan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pihak perusahaan. Dari pengertian - pengertian yang dipaparkan oleh para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah pada dasarnya bersifat relative yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spersifikasinya, namun secara umum pengertian kualitas dapat didefenisikan sebagai fitur-fitur yang memiliki kesesuaian antara apa yang dirasakan pelanggan dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Para suraman menyatakan bahwa penilaian kualitas pelayanan sebagai suatu pertimbangan global atau sikap yang berhubungan dengan keunggulan *superiority* dari suatu pelayanan jasa. Dengan kata lain, penilaian kualitas pelayanan adalah sama dengan sikap individu secara umum terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya ditambahkan bahwa penilaian kualitas pelayanan adalah tingkat dan arah perbedaan antara persepsi dan harapan pelanggan.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup>Hardiyansyah, *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya*.

Dalam mengukur kualitas pelayanan menurut Kotler Harus bermula dari mengenali kebutuhan atau kepentingan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa gambaran kualitas harus mengacu pada pandangan pelanggan dan bukan pada pihak penyedia jasa, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa. Pelanggan layak menentukan pelayanan itu berkualitas baik atau tidak.<sup>22</sup>

Parasuraman menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima. Apabila harapan lebih besar jika dibandingkan dengan kinerja, maka kualitas yang dirasakan lebih kecil jika dibandingkan dengan kepuasannya, karenanya ketidakpuasan konsumen terjadi.<sup>23</sup>

Sedangkan Menurut Accounts Commission mengidentifikasi 10 faktor yang menentukan kualitas pelayanan. Kesepuluh faktor dimaksud yaitu:<sup>24</sup>

- a. Akses, yaitu kemudahan dan kenyamanan memperoleh pelayanan
- b. Komunikasi, yaitu menjaga konsumen selalu memperoleh informasi dalam bahasa yang dimengerti dan mendengar konsumen
- c. Kompetensi, yakni memiliki keterampilan dan pengetahuan terhadap jasa yang diberikan.
- d. Rasa hormat yaitu meliputi kesopanan, menghargai, pertimbangan, dan ramah dari semua tingkat staf.

---

<sup>22</sup>Ibid.

<sup>23</sup>Moksa Hutasoit, *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011).

<sup>24</sup>Ibid.

- e. Kredibilitas, yakni mencakup kepercayaan, reputasi dan citra.
- f. Keandalan, memberikan pelayanan yang konsisten, akurat, dan dapat diandalkan, serta memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.
- g. Daya tanggap, adalah memiliki kesediaan dan kesiapan untuk memberikan pelayanan ketika dibutuhkan.
- h. Keamanan, meliputi keamanan fisik, keuangan dan kerahasiaan.
- i. Bukti fisik, mencakup aspek fisik pelayanan seperti perlengkapan, fasilitas, staf dan penampilan
- j. Memahami konsumen, yaitu mengetahui kebutuhan personal konsumen dan mengenali pengulangan konsumen.”

## **2. Kerangka Konsep**

### **a. Internet Banking**

Internet banking merupakan pemanfaatan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu bentuk transaksi yang dilakukan bersifat maya atau tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan.<sup>25</sup>

Internet merupakan jaringan computer terbesar di dunia, yang menghubungkan semua jaringan komputer yang ada di setiap wilayah ini, baik menggunakan media kabel (*wired*) maupun nirkabel

---

<sup>25</sup>Ezra Christian Dharmatanna, “Pengaruh Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Di Indonesia” (Universitas Atma Jaya, 2020).

(*wireless*). Internet sendiri merupakan teknologi yang sangat umum digunakan saat ini, hampir semua jenis layanan dan aplikasi baik di komputer desktop, komputer jinjing, hingga perangkat mobile, terhubung ke internet. Hampir semua kegiatan dari kerja hingga kegiatan santai dilakukan di internet oleh masyarakat di era digital ini.

Internet banking adalah fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses 24 jam, kapan dan dimanapun nasabah berada menggunakan personal computer, laptop, hp, notebook atau PDA. Internet banking akan memberikan kemudahan, kepraktisan, keamanan serta kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi secara online. Dengan layanan internet banking, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dari kesimpulan diatas dapat disimpulkan bahwa Internet Banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Ada beberapa manfaat internet banking adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan transaksi non financial, seperti informasi saldo dan mutasi
- b. rekening, dan transaksi financial seperti transfer antar rekening, transfer online antar bank, atau brilink.
- c. Melakkan proses tagihan bulanan nasabah, seperti pembayaran listrik dan telepon.
- d. Melakukan transaksi pembelian.

Jadi ada beberapa Keuntungan internet banking adalah sebagai berikut:<sup>26</sup>

- a. Dapat bertransaksi kapan saja dan di mana saja. Sangat efisien, hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer dan/atau handphone, nasabah dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank. Efisiensi waktu dan efisiensi biaya.
- b. Aman, Electronic Banking dilengkapi dengan security user ID dan PIN untuk menjamin keamanan dan menggunakan KeyToken alat tambahan untuk mengamankan transaksi. Pengiriman data dengan melalui acak terlebih dahulu.

Keamanan transaksi Internet Banking Keamanan transaksi internet banking adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

- a. PIN merupakan kode akses sehingga no pin merupakan kode rahasia pribadi, tidak boleh orang lain mengetahuinya.
- b. Untuk internet banking, User ID bersifat rahasia dan key token tidak dipinjamkan ke orang lain, serta mengakses situs bank yang benar.
- c. Penggantian PIN secara berkala merupakan salah satu cara untuk meminimalkan risiko.
- d. Sim Card Handphone harus dilindungi karena nomer telepon tersebut sudah terdaftar pada database komputer bank untuk dapat bertransaksi melalui phone banking. Apabila nomor handphone

---

<sup>26</sup>Santoso Santoso, "Periodisasi Perkembangan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia," *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (2016): 120–39.

<sup>27</sup>Ari Kristin Prasetyoningrum, *Risiko Bank Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2017).

tersebut akan dijual atau dibuang, nomor tersebut harus diunregistered

Berkaitan dengan kualitas layanan internet banking ada lima hal yang digunakan sebagai indikator untuk mengetahui tingkat kualitas layanan yaitu pertanggung jawaban keamanan, efisiensi transaksi, bantuan kepada pelanggan, keamanan pelayanan, kemudahan penggunaan, performa konten layanan.<sup>28</sup>

- 1) Pertanggung jawaban Keamanan atau kepercayaan diartikan sebagai sebuah tindakan pelayanan yang tepat, baik secara waktu maupun sistem sebagaimana dijanjikan oleh pihak perusahaan (dalam konteks ini bank). Yang dimaksud dari kepercayaan adalah secara akurat memberikan info terkait pembayaran atau pengeluaran, menyimpan catatan secara tepat (demi perusahaan maupun nasabah), dan memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang direncanakan atau seharusnya.
- 2) Efisiensi Transaksi adalah kemampuan nasabah mengakses ke Bank Syariah Indonesia guna menemukan fitur atau produk apa yang dilayani bank, mendapatkan informasi terkini, dan melakukan kesemuanya dengan usaha seminimal mungkin birokrasi tidak lelet. Untuk memaksimalkan efisiensi transaksi, pihak bank wajib memperhatikan sejumlah hal, diantaranya: informasi yang tersedia di weBank Syariah Indonesia harus up to date, respon yang cepat, waktu pengunduhan file atau data

---

<sup>28</sup>Luhur Prasetyo, "Undang-Undang Perbankan Syariah" (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010).

yang tidak memakan waktu, informasi produk atau fitur yang komplit, tutorial/demonstrasi, dan fungsi bantuan lainnya.

- 3) Bantuan kepada Pelanggan Layanan berupa bantuan kepada pelanggan dimulai dari titik paling awal. Artinya, pihak bank wajib melayani pelanggan bahkan sebelum pelanggan menentukan keputusannya. Bank harus bisa membuat pelanggan mengerti secara detil apa yang pelanggan ingin dan akan lakukan, serta keuntungan ataupun risiko yang akan terjadi.
- 4) Keamanan Pelayanan Kemanaan di sini diartikan sebagaimana pelanggan harus terbebas dari bahaya, risiko, atau keraguan. Meski transaksi dilakukan secara online, pelanggan wajib mendapatkan kepastian sekuritas mulai dari fisik, finansial dan kepercayaan diri. Oleh karenanya, dibutuhkan pekerja atau karyawan yang bisamenjaga pelanggan merasa aman selama proses transaksi, dan lagi-lagi, harus bisa menjawab segala pertanyaan yang kontekstual, meski kadang ditemui pelanggan yang menanyakan hal-hal di luar konteks.
- 5) Performa Maksud dari performa adalah karakteristik produk utama yang didasarkan pada kebutuhan fungsional, bukan tergantung dari preferensi tidak langsung. Bank harus menyediakan layanan internet banking yang berkualitas, baik dari segi kecepatan, ketepatan, daya guna, dan fitur-fitur yang memanjakan yang ditawarkan piha bank kepada nasabahnya.

### b. *Short Message Service Banking*

Short Message Service merupakan bagian dari Electronic Banking Channel yang ialah inovasi dari tipe rekening tabungan ataupun rekening giro. Selaku sistem layanan yang bersumber pokok pada kedua rekening tersebut, hingga salah satu ketentuan untuk nasabah yang menginginkan layanan Short Message Service Banking merupakan wajib mempunyai rekening tabungan serta/atau rekening giro, dan wajib mempunyai fasilitas penunjang, ialah telepon seluler.<sup>29</sup>

Short Message Service Banking ialah layanan yang disediakan bank memakai fasilitas Short Message Service Banking untuk melaksanakan transaksi keuangan serta permintaan data keuangan, misalnya cek saldo, mutasi rekening, serta sebagainya. Short Message Service Banking merupakan salah satu fitur teknologi berbentuk layanan untuk nasabah bank yang memungkinkan nasabah buat mengakses account bank mereka lewat Short Message Service Banking.<sup>30</sup>

Short Message Service Banking adalah salah satu fitur teknologi yang berbentuk layanan untuk nasabah bank, yang memungkinkan para nasabah buat mengakses akun bank mereka lewat fitur Short Message Service Banking. Banyak sekali fitur yang ditawarkan oleh Short Message Service Banking salah satu yang

---

<sup>29</sup>Ibid.

<sup>30</sup>I Putu Agus Eka Pratama, "PBI Nomor 13/23/PBI/2011 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah," in *Komputer Dan Masyarakat* (Bandung: Informatika, 2012).

sangat banyak digunakan merupakan layanan cek saldo rekening serta transfer dana. Gampang serta sangat simpel, seperti itu kelebihan dari Short Message Service Banking.<sup>31</sup>

Banyak fitur yang ditawarkan Short Message Service Banking, antara lain transfer duit, cek saldo rekening, data tagihan serta pembayaran atas pembelian, ubah PIN, serta lainlain. Tetapi fitur yang sangat banyak digunakan merupakan layanan cek saldo rekening serta transfer dana sebab “gampang serta sangat simpel” merupakan kelebihan dari Short Message Service Banking. Dibandingkan dengan layanan yang lain, fitur Short Message Service Banking memanglah yang sangat terbatas.

Tetapi bisa diakses tanpa memakai internet sehingga lumayan instan apabila lagi terletak di tempat yang tidak terdapat layanan internetnya. Buat melaksanakan transaksi melalui Short Message Service Banking, tinggal memasukkan perintah serta kode akses ke no operator Short Message Service Banking yang bersangkutan, setelah itu dikenai tarif pulsa cocok dengan bayaran layanan yang diterapkan oleh bank yang bersangkutan. Penanda dalam Short Message Service Banking.<sup>32</sup>

- a. Aplikasi gampang digunakan
- b. Layanan bisa dijangkau dari mana saja

---

<sup>31</sup>Mindarti, *Manajemen Pelayanan Publik: Menuju Tata Kelola Yang Baik*.

<sup>32</sup>Fred D Davis, Richard P Bagozzi, and Paul R Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models,” *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003.

- c. Murah
- d. Nyaman
- e. Bisa diandalkan

Short message service banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses dan dilakukan melalui jaringan short message service banking telepon selular anda. Short message service banking banking mengandalkan jaringan *provider* telepon seluler sehingga short message service banking banking hampir dapat anda gunakan dimana saja dan kapan saja. Short message service banking merupakan produk perbankan yang semuanya bisa dilakukan dengan mudah, kapanpun dan dimanapun bisa dilakukan sesuka nasabah.

Pengecekan saldo, transfer, pembayaran tagihan telepon, listrik dan masih banyak lagi bisa dilakukan tanpa harus mendatangi bank dan *Automatic Teller Machine* (ATM), Kemudahan-kemudahan tersebut memang memberikan keuntungan bagi nasabah dan memudahkan nasabah bertransaksi. Kemajuan teknologi yang merupakan hasil budaya manusia disamping membawa dampak positif, dalam arti dapat didayagunakan untuk kepentingan umat manusia juga membawa dampak negatif terhadap perkembangan manusia dan peradapannya. Dengan semakin berkembangnya peradaban manusia internet seakanakan menjadi tempat perpindahan realitas kehidupan, dari kehidupan nyata (real) ke kehidupan maya (virtual). Hal ini dapat dipahami dikarenakan dengan internet aktivitas yang sulit dilakukan di dunia nyata dapat dengan mudah dilakukan di dunia maya.

Penggunaan fasilitas short message service banking untuk keperluan transaksi perbankan memerlukan perencanaan dan implementasi yang baik. Short message service banking membutuhkan layanan provider serta operator telepon seluler sebagai perantara antara nasabah dan bank. Dengan adanya perantara tersebut, data nasabah, semisal kode Personal Identification Number (PIN), bisa diketahui oleh pihak-pihak yang memiliki akses padanya, bisa pihak operator sehingga memerlukan pengamanan data mutlak diperlukan untuk mencegah hal-hal yang tidak diinginkan.

Hubungan bank dengan nasabah diibaratkan seperti sahabat yang harus memiliki hubungan timbal balik yaitu bank harus bisa menjaga kerahasiaan data dari para nasabahnya dengan prinsip kehati-hatian demikian pula halnya nasabah harus memberikan kepercayaan terhadap bank. Prakteknya nasabah yang ingin membukarekening di sebuah bank secara tidak langsung menyatakan bahwa antar nasabah dengan bank itu telah mengikatkan diri dalam sebuah perjanjian. Pada pembukaan rekening pertama kali nasabah mengisi sebuah form sebagai bentuk melakukan perjanjian dengan bank.

Short Message Service banking merupakan pemanfaatan teknologi tapi tidak memakai internet tapi hanya sebagai memakai sinyal tanpa menggunakan jaringan internet untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan sinyal sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank. Selain itu bentuk transaksi yang

dilakukan tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan.<sup>33</sup>

Short Message Service Banking punya keunggulan dibanding internet banking, karena tidak membutuhkan jaringan internet, terutama bagi warga yang ada di desa yang tak bisa selalu terhubung internet. Karena itu, Short Message Service banking dianggap bisa menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Selain masalah koneksi internet, Short Message Service Banking juga bisa dilakukan oleh para nasabah yang tak memiliki smartphone tetapi ingin melakukan transaksi secara mudah, cepat, dan praktis, jadi indikator layanan Short Message Service Banking. Ada empat indikator untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi apabila terhalang jaringan internet maka Short Message Service Banking adalah yang paling cepat untuk bertransaksi apabila tidak ada jaringan internet yaitu adalah.<sup>34</sup>

1) *Reability* (keandalan)

*Reability* meliputi dua aspek utama, yaitu konsisten kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*) hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan jadwal yang disepakati, menyimpan data (*record*), secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.

2) *Responsiveness* (ketanggapan)

---

<sup>33</sup>Friska Mastarida et al., *Strategi Transformasi Digital* (Yayasan Kita Menulis, 2022).

<sup>34</sup>Nurul Damayanti Usnar, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Sms Banking Bank Bni Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kota Makassar" (Universitas Hasanudin, 2012).

Responsiveness atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat, beberapa contoh di antaranya ketepatan waktu layanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat.

3) *Assurance* (jaminan)

Yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.

4) *Loyalitas*

Loyalitas adalah salah satu hal yang tidak dapat dibeli dengan uang, loyalitas hanya dapat didapatkan, namun tidak bisa dibeli. Mendapatkan loyalitas dari seseorang bukanlah sesuatu pekerjaan yang mudah untuk dilakukan. Berbanding terbalik dengan kesulitan mendapatkannya, menghilangkan loyalitas seseorang justru menjadi hal yang sangat mudah untuk dilakukan.

**c. Kepuasan Nasabah**

Kepuasan Nasabah Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa.<sup>35</sup> Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa

---

<sup>35</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

tersebut. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.<sup>36</sup>

Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek.<sup>37</sup> Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif.<sup>38</sup> Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat value (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Ada lima indikator atau penentu kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.<sup>39</sup>

---

<sup>36</sup>Adiwarman A Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).

<sup>37</sup>Mieke Suharini, "Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking," *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi* 15, no. 3 (2011).

<sup>38</sup>Diana E Rondonuwu, "Upaya Bank Dalam Menjaga Rahasia Bank Sebagai Wujud Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah," *LEX ET SOCIETATIS* 2, no. 8 (2014).

<sup>39</sup>Harbani Pasolong, *Teori Administrasi Publik* (Jakarta: Kencana, 2014).

a. *Tangible* (berwujud)

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan, fasilitas, fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalkan desain gedung bank syariah dan lay out gedung bank syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

b. *Empathy*

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (top level) sampai dengan level terbawah (staf) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan terutama customer servis harus mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan

c. *Responsiveness* (cepat tanggap)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen.

d. *Reliability* (keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.

e. *Assurance* (kepastian)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.

Nasabah atau pengguna jasa adalah pihak memaksimalkan nilai nasabah membentuk harapan akan nilai yang bertindak untuk itu, sedangkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk atau harapan-harapannya. Philip Kotler mengatakan bahwa Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang mengatakan hasil perbandingan antara hasil kerja atau produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.<sup>40</sup>

Definisi Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi

---

<sup>40</sup>Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2009).

harapan nasabah. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan rasa lega yang di miliki seseorang ketika dirinya telah mengkonsumsi suatu produk atau jasa dari orang lain atau lembaga yang bersangkutan.<sup>41</sup>

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Mempertahankan pelanggan merupakan hal penting dari pada memikat pelanggan. Oleh karena itu terdapat lima indikator untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu:<sup>42</sup>

- 1) Membeli kembali produk atau jasa.
- 2) Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.
- 3) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
- 4) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.
- 5) Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan tersebut.

---

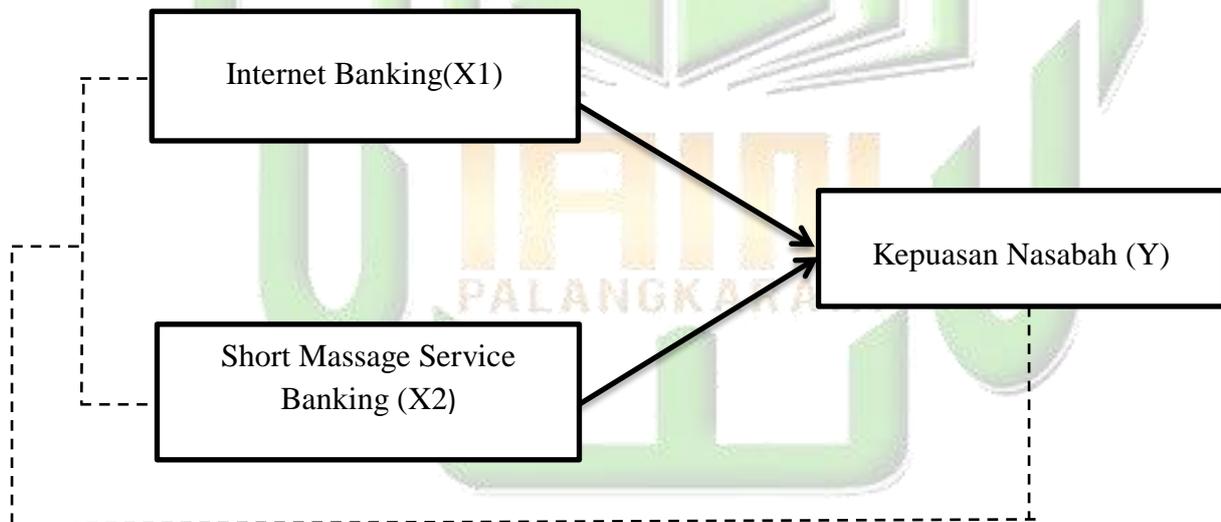
<sup>41</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publising, 2007).

<sup>42</sup>Gregorius Tjiptono, Fandy; Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2005).

### C. Kerangka Pikir

Untuk memberikan penjelasan terhadap penelitian ini, maka dibuatlah kerangka berpikir sebagai berikut: Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat) variable dependen. Baik yang pengaruhnya positif namun yang pengaruhnya negatif. Variabel independen yang digunakan adalah internet Banking (X1), Short Message Service Banking (X2) kepuasan nasabah (Y). jadi variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*), variabel terikat (*dependen*).

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara dari hasil rumusan masalah penelitian yang kebenarannya harus di uji, karena jawaban yang diberikan berdasarkan teori dan belum menggunakan data dan fakta (Samsu 2017).

Ho1: Tidak ada pengaruh layanan internet Banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di kota Palangka Raya.

Ha1: Ada pengaruh layanan internet Banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.

Ho2: Tidak ada pengaruh layanan Short Message Service Banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.

Ha2: Ada pengaruh layanan Short Message Service Banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.

Ho3: Tidak ada pengaruh layanan internet banking dan Short Message Service Banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.

Ha3: Ada pengaruh layanan internet banking dan Short Message Service Banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif pendekatan kuantitatif merupakan upaya seorang peneliti menemukan pengetahuan dengan memberi data berupa angka. Angka yang diperoleh digunakan untuk melakukan analisa keterangan, sederhananya penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang disusun secara sistematis terhadap bagian-bagian dan untuk menemukan kausalitas keterkaitan.<sup>43</sup>

Penelitian kuantitatif adalah upaya dalam menyelidiki masalah, masalah yang ada merupakan dasar yang digunakan oleh peneliti dalam mengambil data. Kemudian menentukan variabel dan diukur dengan angka guna analisa sesuai dengan prosedur dari statistik yang berlaku. Tujuan dari penelitian ini adalah membantu mengambil kesimpulan atau generalisasi teori.<sup>44</sup>

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausalitas atau sebab akibat. Penelitian kausalitas adalah jenis penelitian yang disusun

---

<sup>43</sup>John W Creswell and Amanda L Garrett, "The 'Movement' of Mixed Methods Research and the Role of Educators," *South African Journal of Education* 28, no. 3 (2008): 321–33.

<sup>44</sup>Ibid.

untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel.<sup>45</sup>

## B. Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

Varibel	Definisi	Indikator	Pengukuran Skala
Internet banking(X1).	fasilitas yang dapat dinikmati nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet kapan saja dan dimana saja.	a. Pertanggung jawaban b. Efisiensi transaksi c. Bantuan kepada pelanggan layanan d. Keamanan pelayanan e. Performa	Likert
Short Message service banking (X2).	Salah satu layanan mobile banking yang memanfaatkan jaringan Short Message Services Atau Short Message Service Bankingdalam penggunaannya.	a. Reability (keandalan) b. Responsiveness (ketanggapan) c. Assurance (jaminan) d. Loyalitas	Likert
Kepuasan nasabah (Y).	Kepuasan nasabah adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah.	a. Membeli kembali produk atau jasa. b. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan. c. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. d. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama. e. Menawarkan ide	Likert

<sup>45</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: PT. Alfabet, 2016).

		produk atau jasa kepada perusahaan tersebut.	
--	--	--	--

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

### C. Waktu dan Tempat Penelitian

#### 1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan januari – febuari dan tempat penelitian dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Kc 1 Palangka Raya, dengan tahapan penelitian sebagai berikut

**Tabel 3. 2**  
**Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep
1	Persiapan penyusunan proposal									
2	Penyusunan dan bimbingan proposal									
3	Seminar proposal									
4	Pengumpulan data									
5	Analisis data									
6	Penyusunan dan bimbingan skripsi									

7	Munaqasah skripsi									
---	-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

#### **d. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini peneliti lakukan di Bank Syariah Indonesia KC 1 Kota Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah. Adapun alasan peneliti mengambil lokasi ini karena dalam pelaksanaannya di Bank Syariah Indonesia KC 1 ini dianggap berhasil karena memiliki tingkat keberhasilan yang cukup signifikan.

Karena memudahkan nasabah bertransaksi dengan mudah dan internet banking atau Short Message Service Banking adalah layanan transaksi perbankan yang dapat dilakukan oleh nasabah baik dari rumah, tempat usaha atau di lokasi- lokasi lain yang bukan di lokasi bank yang riil (kantor cabang) dengan menggunakan media komunikasi seperti komputer, telepon seluler.

#### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank Bank Syariah Indonesia KC 1 Kota Palangka Raya memiliki jumlah populasi tidak diketahui.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Sampel juga merupakan sebagian dari wakil populasi yang akan di teliti dan mewakili populasi sebagai responden. Metode pengambilan sampel ini menggunakan *purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Teknik pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan sampel menggunakan Rumus *Lemeshow* karna untuk mengetahui jumlahnya yang tidak diketahui pasti.

$$N = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2}$$

$d^2$

N = Sampel yang dicari

P = Fokus kasus 50% = 0,5

Z = Skor Z pada kepercayaan 90% = 1.65

d = alpha (0,1) atau 10% dari tingkat kepercayaan 90% yang umum digunakan dalam penelitian.

Fokus kasus pada penelitian Peneliti ingin mengetahui kepuasan memakai produk di bank Syariah Indonesia yaitu Short Massage Service dan Internet Banking dengan menggunakan sampel acak sederhana dengan kepuasan (10%) tingkat kepercayaan 90% ?

$$N = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2} = \frac{1,65^2 \times (0,5 (1 - 0,5))}{0,1^2}$$

$d^2$

$0,1^2$

$$= \frac{2,7225 \times (0,5 (1 - 0,5))}{0,1^2}$$

$$\begin{aligned}
 & 0,01^2 \\
 & = 2,7225 \times \frac{(0,5 \cdot 0,5)}{0,01} \\
 & = 0,6806 \\
 & = 68,06 = 69
 \end{aligned}$$

Jadi sampel yaitu 69 akan diperlukan agar dicapai tingkat kepercayaan 90% dalam populasi nasabah terhadap kepuasan produk internet banking dan Short Message Service di Bank Syariah Indonesia Palangka Raya KC 1.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

##### **1. Observasi**

Peneliti melakukan observasi langsung tentang internet banking dan short message service banking yang dilihat dari pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan di bank Syariah Indonesia Kc 1 di kota Palangka Raya untuk memperoleh data data yang dibutuhkan.

##### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah Salah satu caranya bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi, sesuatu yang tertulis atau tercetak dan segala benda yang memiliki keterkaitan dan keterangan yang dipilih untuk dikumpulkan, disusun, disediakan atau disebar. Oleh sebab itu, dokumen tersebut sangat penting keberadaannya.

### 3. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda centang (✓) pada kolom atau tempat yang sesuai. Angket terbuka adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya. Angket campuran yaitu gabungan antara angket terbuka dan tertutup.

Jadi dalam setiap indikator memiliki 2 pernyataan yang akan dibuatkan ke dalam angket bentuk pernyataan yang di jawab oleh nasabah diberikan centang (✓) dan pilihannya setuju, sangat setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Berikut ini tabel indikator Variabel:

**Tabel 3.3**  
**Indikator Variabel**

Variabel	Indikator	Jumlah
Internet Banking (X1)	1. Pertanggung jawaban 2. Efisiensi transaksi 3. Bantuan kepada pelanggan layanan 4. Keamanan pelayanan 5. Performa	10
Short Message Service Banking (X2)	1. Reability (keandalan) 2. Responsiveness (ketanggapan) 3. Assurance (jaminan) 4. Loyalitas	8
	1. Membeli kembali produk atau jasa. 2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang	

Kepuasan Nasabah (Y)	perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan. 3. Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing. 4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama. 5. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan tersebut.	10
	Total	28

Sumber : Dibuat oleh Peneliti.

## F. Uji Istrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas ini menggunakan aplikasi *Statistical Package for Science (SPSS) 25 for Windows*. Hasil uji validitas setiap instrumen dalam penelitian ini didapatkan dari hasil perbandingan antara  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$ . Uji validitas dilakukan pada 3 jenis kuesioner yaitu, kuesioner untuk mengukur variabel internet banking (X1), kuesioner untuk mengukur short message service banking banking (X2) dan kuesioner untuk mengukur kepuasan nasabah (Y).

Kriteria pengambilan keputusan jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka, butir pernyataan dinyatakan valid namun, jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka, butir pernyataan dinyatakan tidak valid. Sedangkan nilai  $r_{tabel}$  untuk jumlah responden sebanyak 69 orang dengan  $df = 69 - 2 = 67$  dan  $\alpha = 0,05$  adalah 0,237.

## 2. Reliabilitas Penelitian

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan. Dalam penelitian ini untuk mengukur reliable atau tidak reliable Suatu variabel menggunakan Cronbach Alpha. dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 ( $>0,60$ ).<sup>46</sup>

Uji reliabilitas data untuk mengetahui apakah saat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuran, 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 tedensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu.

Reliabilitas instrumen dihitung hanya untuk butir-butir yang dinyatakan valid. Selanjutnya koefisien reliabilitas yang telah diperoleh dari hasil analisis dengan bantuan menggunakan aplikasi *Statistical Package for Science (SPSS) 25for Windows* di interpretasikan berdasarkan kriteria.

---

<sup>46</sup>Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: PT Alfabet.," Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: PT Alfabet.* (Bandung: Alfabeta, 2019), <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

## G. Teknik Pengolahan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode-metode antara lain sebagai berikut:

### a. Metode Observasi (Pengamatan)

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap obyek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan pengamatan langsung terhadap lokasi penelitian khususnya di Bank Syariah Indonesia KC 1 kota Palangka Raya. Teknik pengumpulan data observasi digunakan untuk memperoleh data proses jalannya pengisian angket.

### b. Metode Angket (Kuesioner)

Metode angket atau kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden orang-orang yang menjawab atas pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian, terutama pada penelitian survei.

Dalam hal ini penulis membuat pertanyaan-pertanyaan tertulis kemudian dijawab oleh responden atau sampling. Bentuk angketnya

adalah angket tertutup, yaitu angket yang soal-soalnya menggunakan teknik pilihan ganda atau sudah ada pilihan jawaban, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dikehendaki. Teknik angket digunakan untuk mengetahui tingkatan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC 1 Palangka Raya. Pada pelaksanaan penelitian nasabah diarahkan untuk mengisi angket tersebut berdasarkan keadaan diri mereka sebenarnya data yang diperoleh dari angket adalah skor kepuasan nasabah dalam memakai produk perbankan tersebut.

### **c. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan baik, dalam arti lebih cermat, lengkap sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah tersebut. Jadi dapat dipahami bahwa instrumen merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data secara sistematis dan lebih mudah. Instrumen penelitian menempati posisi teramat penting dalam hal bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data di lapangan. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian digunakan adalah pedoman observasi dan pedoman angket.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, vol. 143 (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).

## H. Uji Prasyarat

Dalam penelitian ini untuk mengolah data hasil penelitian menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif) di mana dalam analisis tersebut menggunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan metode regresi linier berganda, namun sebelum melakukan analisis regresi linier berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji:<sup>48</sup>

1. Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Kriteria Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ( $n > 30$ ), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

Cara uji normalitas SPSS 25 yang sudah diuji, maka selanjutnya membaca hasil yang sudah diuji tersebut. Terdapat beberapa kolom hasil yang akan muncul, maka bisa dilihat tabel Tests of Normality untuk mengetahui hasil uji normalitas. Perhatikan masing-masing angka pada kolom Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro Wilk. Misalnya tertera angka 300, maka artinya adalah 0,300. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hasilnya lebih dari 0,05 yang merupakan angka minimal data bisa disebut

---

<sup>48</sup>Saiful Anwar, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014).

normal. Maka, dengan nilai signifikansi 0,300 data tersebut distribusinya normal.

2. Uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Kriteria uji multikolinieritas adalah jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Penyebab multikolinearitas adalah adanya korelasi atau hubungan yang kuat antara dua variabel bebas atau lebih, seperti yang sudah dijelaskan di atas. Namun penyebab lainnya yang dapat menyebabkan hal tersebut secara tidak langsung adalah, antara lain:

- a. Penggunaan variabel dummy yang tidak akurat di dalam model regresi. Akan lebih beresiko terjadi multikolinearitas jika ada lebih dari 1 variabel dummy di dalam model.
- b. Adanya perhitungan sebuah variabel bebas yang didasarkan pada variabel bebas lainnya di dalam model. Hal ini bisa dicontohkan sebagai berikut: dalam model regresi anda, ada variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan Perkalian antara  $X_1$  dan  $X_2$  ( $X_1 * X_2$ ). Dalam situasi tersebut bisa dipastikan, terdapat kolinearitas antara  $X_1$  dan  $X_1 * X_2$  serta kolinearitas antara  $X_2$  dengan  $X_1 * X_2$ .
- c. Adanya pengulangan variabel bebas di dalam model, misalkan:  $Y = \text{Alpha} + \text{Beta}_1 X_1 + \text{Beta}_2 X_1^2 + \text{Beta}_3 X_3 + e$ .

3. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria uji heteroskedastisitas yaitu bertujuan melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda disebut heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen hasil probabilitas dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

**i. Analisis Data**

**1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dalam penelitian ini metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengkaji dan mengukur nilai rata-rata dari variabel pengetahuan, kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan minat bertransaksi ulang secara online pada nasabah bank Syariah Indonesia Palangka Raya. Untuk mengukurnya dilakukan dengan cara menyebar angket serta memberi skor dengan menggunakan skala likert dengan jawaban angket

yang diisi oleh nasabah bank Syariah Indonesia dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 3. 4**  
**Skala Likert**

Analisis	Jumlah
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## 2. Regresi Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tak bebas atau response (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas atau predictor (X1, X2, Xn). Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas atau response (Y) apabila nilai-nilai variabel bebasnya atau predictor (X1, X2, Xn) diketahui. Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah arah hubungan variabel tak bebas dengan variabel-variabel bebasnya. Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_n X_n \text{ yang mana}$$

Y = variabel tak bebas (nilai variabel yang akan diprediksi)

a = konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>n</sub> = nilai koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Internet Banking

X<sub>2</sub> = Short Message Service Banking

Y = Kepuasan Nasabah

### 3. Uji Parsial (T)

Pada dasarnya, uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikan hasil perhitungan dengan tingkat kepuasan sebesar 95%. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05% ( $\text{sig} < \alpha$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.<sup>49</sup>

### 4. Uji Sarentak (F)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan ketepatan penggunaan model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai sig. dengan nilai tingkat kepercayaan 95%. Apabila nilai sig. lebih kecil dari nilai 0,05 %, maka dapat disimpulkan bahwa internet Banking dan Short Message Service Banking terhadap kepuasan nasabah.

### 5. Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan

---

<sup>49</sup>Imam Ghozali, "SPSS 21 Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS," Universitas Diponegoro, Semarang, 2013.

hampir semua informasi yang  $R^2_{adj}$  dibutuhkan untuk memperdiksi variabel-variabel dependen.<sup>50</sup>

## I. Sistematika Peulisan

Supaya lebih memudahkan pembaca dalam menganalisis dan memahami hasil dari pembahasan ini, maka di buatlah sistematika penulisan yang dibagi atas beberapa bab sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan yang berisi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah.

BAB II kajian pustaka yang berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang berkaitan tentang pengaruh kepuasan nasabah dalam produk bank syariah Indonesia.

BAB III metode penelitian yang berisi metodologi penelitian, waktu dan tempat penelitian, objek, subjek penelitian, pengumpulan data, sistematika penulisan.

BAB IV Pembahasan, dalam bab ini membahas tentang objek penelitian, hasil analisis data pembentukan hipotesis, pembahasan hasil dan jawaban dari pertanyaan dalam penelitian.

BAB V Penutup, bab ini berisikan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini dan saran-saran

---

<sup>50</sup>Suharsimi Arikunto, "Metode Penelitian," Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Lokasi Penelitian

Lokasi yang peneliti ambil untuk melakukan penelitian adalah, di Bank Syariah Indonesia KC 1 Palangka Raya Jln Ahmad Yani No 59. Alasan peneliti memilih tempat penelitian tersebut karena tempat tersebut mudah dijangkau oleh peneliti dan peneliti sangat mudah mendapatkan data di lokasi penelitian.

#### B. Uji Validitas dan Reabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Dalam pengujian instrument pengumpulan data, validitas dibedakan menjadi validitas factor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor antara faktor satu dengan yang lain ada kesamaan. Berikut ini tabel kuesioner :

##### a) Kuesioner Internet Banking (X1)

**Tabel 4. 1**  
**Kuesioner Internet Banking**

Item	r-hitung	r-tabel	Ket.
1.	0,605	0,237	Valid
2.	0,689	0,237	Valid
3.	0,654	0,237	Valid
4.	0,712	0,237	Valid
5.	0,588	0,237	Valid
6.	0,702	0,237	Valid
7.	0,439	0,237	Valid
8.	0,656	0,237	Valid

9.	0,684	0,237	Valid
10.	0,646	0,237	Valid

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai  $r_{hitung}$  untuk semua butir pertanyaan pada kuesioner internet banking lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid.

**b) Kuesioner Short Message Service banking**

**Tabel 4. 2**  
**Kuesioner Short Message Service Banking**

	r-hitung	r-tabel	Ket.
1.	0,724	0,237	Valid
2.	0,818	0,237	Valid
3.	0,617	0,237	Valid
4.	0,745	0,237	Valid
5.	0,429	0,237	Valid
6.	0,834	0,237	Valid
7.	0,819	0,237	Valid
8.	0,791	0,237	Valid

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai  $r_{hitung}$  untuk semua butir pertanyaan pada kuesioner short message service banking lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid.

**c) Kuesioner Kepuasan Nasabah (Y)**

**Tabel 4. 3**  
**Kuesioner Kepuasan Nasabah**

Item	r-hitung	r-tabel	Ket.
1.	0,837	0,237	Valid
2.	0,767	0,237	Valid
3.	0,767	0,237	Valid
4.	0,842	0,237	Valid
5.	0,543	0,237	Valid
6.	0,541	0,237	Valid
7.	0,665	0,237	Valid

8.	0,539	0,237	Valid
9.	0,866	0,237	Valid
10.	0,866	0,237	Valid

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai  $r_{hitung}$  untuk semua butir pertanyaan pada kuesioner kepuasan nasabah lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Ada beberapa metode pengujian reliabilitas di antaranya sebagai berikut :

**Tabel 4. 4**  
**Kriteria Uji Reliabilitas**

Koefisien Reliabilitas	Interpretasi
$0,00 < r \leq 0,20$	Reliabilitas sangat rendah
$0,20 < r \leq 0,40$	Reliabilitas rendah
$0,40 < r \leq 0,60$	Reliabilitas sedang
$0,60 < r \leq 0,80$	Reliabilitas tinggi
$0,80 < r \leq 1,00$	Reliabilitas sangat tinggi

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan analisis diperoleh hasil sebagai berikut.

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian**

Kuesioner	Koefisien Reliabilitas	Item
Internet Banking (X1)	0,829	10
Short Message Service Banking (X2)	0,833	8
Kepuasan Nasabah (Y)	0,887	10

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, diperoleh hasil nilai *Alpha Cronbach's* untuk kuesioner komunikasi terapeutik, kualitas layanan dan kepuasan nasabah masing-masing sebesar 0,829, 0,833 dan 0,887. Nilai ini berada pada rentang  $0,80 < r \leq 1,00$ , hal ini menunjukkan reliabilitas ketiga kuesioner sangat tinggi.

### C. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka hasil penelitian disajikan dalam bentuk penyajian data yang sesuai dengan hasil pengukuran yang dilakukan sebelumnya. Penelitian ini terlaksana dikarenakan dari sampel yang dijadikan responden untuk diambil data data kepuasan nasabah, memakai produk Internet Banking dan Short Message Service Banking Pada kepuasan nasabah dibank Syariah Indonesia KC 1 Kota Palangka Raya disajikan tabel.

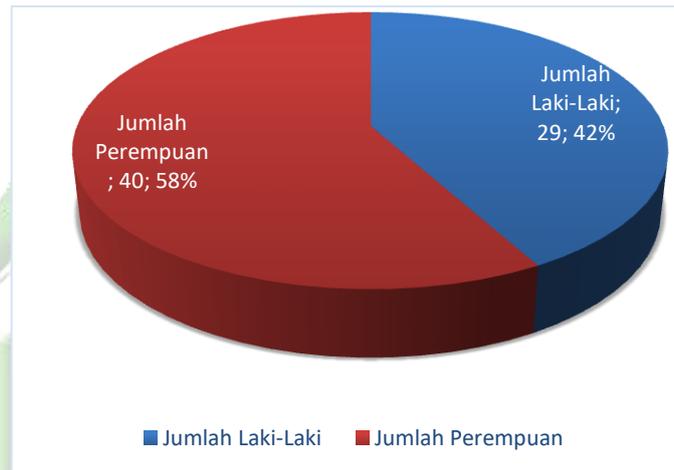
Maka hasil dari jawaban angket online dan offline yang dilakukan penelitian. Untuk angket online peneliti dibagikan melalui google form ke grup whatsapp dan teman – teman atau keluarga yang memakai produk Bank Syariah Indonesia yaitu internet banking ataupun Short Message Service banking. Lalu untuk angket offline peneliti dibagikan lembaran kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Kc 1 kota Palangka Raya untuk peneliti masukan di data sebagai bahan penelitian yang di pertimbangkan peneliti.

Untuk angket online dan offline sebanyak 69 orang untuk uji validitas sedangkan untuk peneliti uji asumsi dan regresi, maka didapatkan hasil setelah peneliti ujikan hasil dari data jawaban angket berdasarkan kepuasan nasabah memakai produk bank Syariah Indonesia Kc 1 Palangka Raya. Maka dari itu

untuk perbandingan banyaknya jenis kelamin perempuan atau laki – laki dalam pengisian angket online maupun offline yaitu bisa dilihat pada tabel grafik dibawah ini:

**Gambar 4. 1**

**Grafik Jenis Kelamin**

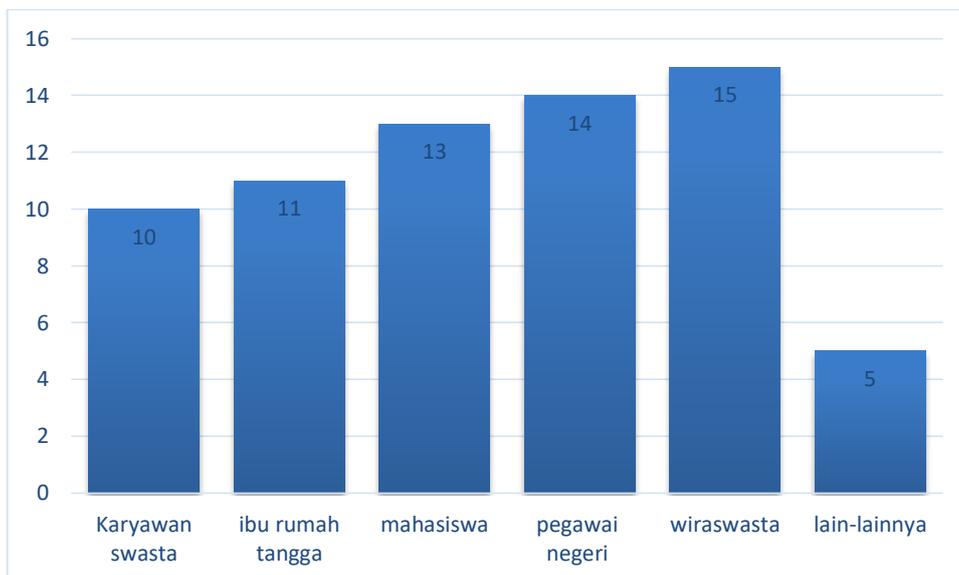


Sumber: Dibuat Oleh Peneliti

Maka dari itu bahwa dalam pengisian angket lebih banyak nasabah perempuan dibandingkan nasabah laki-laki. Maka dari hasil jumlah grafik jenis kelamin, bahwa jumlah perempuan lebih besar 40,58% sedangkan jumlah laki – laki lebih kecil 29,42%.

Untuk perbandingan pekerjaan nasabah dalam pengisian angket online maupun offline maka bisa dilihat pada tabel grafik dibawah ini:

**Gambar 4. 2**  
**Pekerjaan Nasabah**



Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Bahwa nasabah dalam pengisian angket online maupun offline dalam mengisi pekerjaan yang telah dibagikan peneliti dalam angket, yaitu nasabah pekerjaan wiraswasta 15 orang, pegawai negeri 14 orang, ibu rumah tangga 11 orang, mahasiswa 13 orang, karyawan swasta 10 orang dan lain-lainnya 5 orang. Maka dari hasil grafik pada tabel diatas bahwa nasabah pekerjaan wiraswasta 0,2 lebih banyak dibandingkan nasabah pekerja lainnya seperti pegawai negeri 0,20%, ibu rumah tangga 0,16%, mahasiswa 0,18%, karyawan swasta 0,14%, dan lain-lainnya 0,072%.

## D. Uji Asumsi

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dalam uji normalitas, yaitu dengan cara analisis grafik dan analisis statistik. Uji normalitas ini akan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov karena daa

yang digunakan  $> 30$ . Dasar pengambilan keputusan dalam uji Kolmogorov-Smirnov, dapat dilakukan melalui pendekatan probabilitas, signifikansi yang digunakan  $\alpha=0,05$ . Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas  $p$ , dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai Sig.  $> 0.05$  maka asumsi normalitas terpenuhi.

Jika nilai Sig.  $< 0.05$  maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

**Tabel 4. 6**  
**Uji Normalitas**

Uji Kolmogorov Smirnov Test	
Sig	0.200

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel diatas, diketahui nilai probabilitas  $p$  atau Sig. sebesar 0,200. Karena nilai probabilitas  $p$ , yakni 0,200 lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. Hal ini berarti asumsi normalitas dipenuhi.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dikatakan terdapat masalah multikolinieritas. Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinieritas atau tidak dapat dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF) dan nilai Tolerance. Model regresi yang baik jika nilai Tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 7**  
**Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	0.703	1.423
X2	0.703	1.423

Pada penelitian ini data yang digunakan dalam uji multikolinearitas ini adalah data dari variabel independen. Berdasarkan diketahui masing-masing nilai VIF sebagai berikut:

- b. Nilai VIF untuk variabel X1 adalah  $1,423 < 10$  dengan nilai Tolerance adalah  $0,703 > 0.10$  maka variabel X1 dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikoloniearitas.
- c. Nilai VIF untuk variabel X2 adalah  $1,423 < 10$  dengan nilai Tolerance adalah  $0,703 > 0.10$  maka variabel X2 dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikoloniearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian homoskedastisitas (non heterokedastisitas) yaitu untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan dengan residual pengamatan yang lain. Uji statistik yang dipilih adalah uji Glejser, dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model	T	Sig
1(Constant)	3.587	0.001
X1	-299	0.766
X2	-1.670	0.100

Jika nilai Sig. > 0.05 maka Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Jika nilai Sig. < 0.05 Terjadi gejala heteroskedastisitas.

Nilai probabilitas (Sig) dari variabel X1 sebesar 0,766 dan variabel X2 sebesar 0,100. Karena nilai probabilitas (Sig) dari kedua variabel lebih dari signifikansi 0.05 atau 5% maka dapat disimpulkan asumsi homoskedastisitas terpenuhi yang artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## **E. Hasil Analisis Data**

### **a. Analisis Regresi Linear Berganda**

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi linear berganda untuk memprediksi seberapa besar pengaruh antara variabel X1 dan variabel X2 terhadap Y, adapun hasil dari uji analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 9**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized coefficients		VIF
	B	Sig	
1(Constant)	4.017	.150	
X1	.375	.000	1.423
X2	.626	.000	1.423

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari nilai constant (a) sebesar 4,017 sedangkan nilai (b/koefisien regresi) dari variabel X1 sebesar 0,375 dan variabel X2 sebesar 0,626. Dari hasil tersebut diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,017 + 0,375X_1 + 0,626X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Nilai konstan sebesar 4,017 yang berarti apabila tidak terdapat perubahan pada nilai X1 sampai X2 maka variabel Y nilainya adalah 4,017
- 2) Koefisien regresi pada variabel X1 sebesar 0,375 dan positif artinya jika nilai dari variabel X1 mengalami kenaikan satu-satuan secara signifikan dan variabel bebas yang lain bernilai tetap, maka akan meningkatkan Y sebesar 0,375.
- 3) Koefisien regresi pada variabel X2 sebesar 0,626 dan positif artinya jika nilai dari variabel X2 mengalami kenaikan 1% secara signifikan dan variabel bebas yang lain bernilai tetap, maka akan meningkatkan Y sebesar 0,62.

#### **b. Hasil Uji T- Parsial**

Uji T- parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing - masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji parsial dapat dilakukan melalui statistik uji *t* dengan cara membandingkan nilai Sig. *t*

dengan nilai alpha 0.05. Berikut merupakan hasil dari uji t pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 10**  
**Uji T- Parsial**

Model	Unstandardized coefficients		Sig
	B	Std Error	
1(Constant)	4.017	2.759	.150
X1	.375	.075	.000
X2	.626	.117	.000

Dasar pengambilan keputusan Uji t, Jika Sig. < 0.05 maka variabel independent berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent, sebaliknya Jika Sig. > 0.05 maka variabel independent tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependent

- 1) Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel internet banking memiliki signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel internet banking terhadap variabel kepuasan nasabah.
- 2) Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel short message service banking memiliki signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel short message service banking terhadap variabel kepuasan nasabah.

### c. Hasil Uji F- Simultan

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independent secara bersama – sama terhadap satu variabel dependent, dasar untuk pengambilan keputusan Uji F. Jika nilai Sig. < 0.05 maka variabel

independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent. Jika nilai Sig. > 0.05 maka variabel independent tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependent. Berikut ini table uji – f silmutan.

**Tabel 4. 11**  
**Uji F- Simultan**

Model	Sum of squares	Mean square	Sig
1 Regression	1011.747	505.873	.000
Residual	565.065	8.562	
Total	1576.812		

Dari hasil analisis data pada tabel diatas, dalam menggunakan *software SPSS25* didapatkan hasil uji seimultan diketahui bahwa nilai Sig. sebesar  $0.000 < 0.05$  yang artinya variabel *independent* (internet banking dan short message service banking) berpengaruh secara simultan terhadap variabel *dependent* (kepuasan nasabah). Yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel independent yang berupa internet banking dan short message service banking terhadap variabel dependent yang berupa kepuasan nasabah.

#### **d. Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dalam rangka menerangkan variansi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Jika angka koefisien determinasi semakin mendekati\, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin tinggi.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas, nilai *R Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (*independent*) dalam menerangkan variabel terikat (*dependent*).

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
T	0.801	0.642	0.631

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,631, hal ini berarti bahwa 63% variasi Y dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen. Sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 63\% = 37\%$  dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## I. Pembahasan

### 1. Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian pada variabel internet banking menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  5,017 dan nilai sig 0,000 yang artinya lebih besar dari 0,05. Maka disimpulkan bahwa variabel internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Internet Banking memiliki tujuan dalam pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan internet banking dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu *Informational* Internet Banking, *Comunicative* Internet Banking, dan *Transactional* Internet Banking.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dedi Hartaw yang menyatakan bahwa Internet banking merupakan salah satu jasa layanan bank melalui jaringan internet yang memungkinkan nasabah untuk mendapatkan jasa dan layanan perbankan seperti memperoleh informasi dan melakukan transaksi perbankan. Sedangkan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, Abdul, Jalil menyatakan bahwa mobile banking secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>51</sup> Penelitian juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh H. Purnomo, Risma, Dan Yusuf menyatakan bahwa berpengaruh positif signifikan terhadap Mobile Banking. Semakin tinggi kepuasan nasabah maka semakin tinggi motivasi perusahaan untuk melakukan layanan perbankan.<sup>52</sup>

Internet banking memiliki pengaruh terhadap produk perbankan dimana kepuasan nasabah dilihat dari layanan produk yang memberikan kenyamanan, kemudahan serta kepraktisan dan keamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi online. Hukum Bertransaksi Melalui Layanan E-Banking, permasalahan E-banking yang akhir-akhir ini semakin berkembang dan marak di Indonesia membutuhkan kepastian hukum terutama hukum syariah, yang mana permasalahan ini sesuai dengan kaidah fikih "*al-hukmu alasya'i far'un an tashawurihi*" penilaian hukum terhadap suatu masalah berangkat dari gambaran tentang sesuatu tersebut.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup>Nurdin et al., "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)."

<sup>52</sup>Purnomo, Yusuf, and others, "Layanan SMS Banking Dan Internet Banking Bank Syariah Untuk Meningkatkan Customer Experience."

<sup>53</sup>Hartawan, "Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang)."

Jadi, bertransaksi melalui E-banking sama halnya dengan transaksi jual beli.<sup>54</sup> Yang mana bank sebagai penjual produk dan jasa perbankan sedangkan nasabah menjadi pembeli dari produk dan jasa perbankan. Adapun prinsip-prinsip syariah dalam masalah pertukaran dan kontrak muamalah yang dapat digunakan untuk melakukan tinjauan hukum atas setiap transaksi sepanjang zaman, termasuk era modern untuk kemaslahatan semua pihak diantaranya adalah asas kerelaan dari semua pihak yang terkait (An Taradhin) dalam firman Allah pada Q.S An-Nisaa' ayat 29 sebagai berikut:

عَنْ تَكُونِ تِجَارَةً أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا  
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pemanfaatannya dapat menghemat waktu para penggunanya pada lembaga perbankan pengaplikasiannya terwujud dalam layanan Internet Banking, Internet Banking merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi secara online baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru. Kehadiran layanan Internet Banking melalui *home banking*, ternyata telah mengubah secara dramatis terhadap pola interaksi antara lembaga keuangan dengan nasabahnya. Dengan, disediakannya fasilitas layanan internet Banking,

<sup>54</sup>Sukriani and Yusra, “Pengaruh Penggunaan Layanan Sms Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Di Bank Nagari Cabang Tapan.”

nasabah bank mendapatkan keuntungan berupa fleksibilitas untuk melakukan kegiatan setiap saat.<sup>55</sup>

Nasabah juga dapat mengakses layanan internet banking melalui computer, ponsel atau media *wireless* lainnya. Internet Banking merupakan sebuah produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia Kc 1 Palangka Raya yang akan memudahkan bagi para nasabahnya. Beberapa upaya yang telah dilakukan Bank Syariah Indonesia dalam menjangkau nasabah termasuk melalui penggunaan internet banking dan penyelenggaraan Internet Banking sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi, dan pada kenyataannya memang membuat jalannya transaksi semakin mudah.

## **2. Pengaruh Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil penelitian pada variabel short message service banking menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  5,351 dan nilai signifikan dengan nilai sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,005. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Short message service banking cenderung dilakukan untuk transaksi apabila tidak ada sinyal internet maka bisa melalui short message service banking, serta adanya short message service banking dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk kepentingan bank. Short message service banking adalah salah satu fitur teknologi yang

---

<sup>55</sup>N Mallat, *Mobile Banking Services* (New York: Pearson, 2004).

berbentuk layanan untuk nasabah bank, yang memungkinkan para nasabah buat mengakses akun bank mereka melalui fitur short message service banking.

Short message service banking merupakan salah satu fitur yang sangat banyak digunakan yaitu cek saldo rekening serta transfer dan sebab gampang serta simple karena merupakan kelebihan dari short message service banking. <sup>56</sup> Jadi dalam melaksanakan transaksi melalui short message service banking tinggal memasukkan perintah serta kode akses ke no operator short message service banking yang bersangkutan, setelah itu dikenai tarif pulsa cocok dengan bayaran layanan yang diterapkan oleh bank yang bersangkutan. Penanda dalam short message service banking yaitu aplikasi yang gampang digunakan, layanan bisa dijangkau dimana saja, murah, nyaman dan bisa diandalkan.

Hasi penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chyntia Sukriani dan Irda Yusra yang menyatakan bahwa pengaruh short message service banking berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. <sup>57</sup> Semakin baik short message service banking diberikan nasabah maka semakin meningkatkan pula loyalitas yang diberikan oleh nasabah. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh H. Purnomo, Risma, Ramayani, dan Yusuf menyatakan bahwa short message service banking berpengaruh terhadap customer experience secara parsial dan secara simultan atau bersamaan memberikan pengaruh kepada

---

<sup>56</sup>Suresh Kumar and Angela Leonie Keyko Yukita, "Millennials Behavioral Intention in Using Mobile Banking: Integrating Perceived Risk and Trust into TAM (A Survey in Jawa Barat)," *Proceedings of the International Conference on Business and Engineering Management (ICONBEM 2021)* 177 (2021): 210–17, <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210522.028>.

<sup>57</sup>Sukriani and Yusra, "Pengaruh Penggunaan Layanan Sms Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Di Bank Nagari Cabang Tapan."

*loyalty costumer*. Semakin banyak orang yang memiliki perangkat lunak terhubung ke short message service banking banking maka semakin membuat layanan perbankan dapat diandalkan.<sup>58</sup>

Short message service banking banking mempunyai keunggulan dibandingkan internet banking karena tidak membutuhkan jaringan internet. Terutama bagi warga yang ada didesa yang tak bisa selalu terhubung internet. Karena itu short message service banking banking dianggap bisa menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Selain masalah koneksi internet, short message service banking banking juga bisa dilakukan oleh para nasabah yang tak memiliki smartphone tetapi ingin melakukan transaksi secara mudah, cepat dan praktis.

Short message service banking bisa diakses melalui dua cara yaitu, pertama melalui short message service banking biasa dan paling umum digunakan dan yang kedua yaitu melalui short message service banking toolkit. Setiap bank punya petunjuk masing-masing tentang penggunaan short message service banking, jadi nasabah bisa mendatangi bank dan menanyakan penjelasan bagaimana menggunakan short message service banking banking untuk bertransaksi.

Manfaat Short Message Service banking merupakan pemanfaatan teknologi tapi tidak memakai internet tapi hanya sebagai memakai sinyal tanpa menggunakan jaringan internet untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Kegiatan ini menggunakan sinyal sebagai perantara atau penghubung antara nasabah bank dan pihak bank.

---

<sup>58</sup>Purnomo, Yusuf, and others, "Layanan SMS Banking Dan Internet Banking Bank Syariah Untuk Meningkatkan Customer Experience."

Selain itu bentuk transaksi yang dilakukan tanpa memerlukan proses tatap muka antara nasabah dan petugas bank yang bersangkutan.

Short Message Service Banking punya keunggulan dibanding internet banking, karena tidak membutuhkan jaringan internet, terutama bagi warga yang ada di desa yang tak bisa selalu terhubung internet. Karena itu, Short Message Service banking dianggap bisa menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Selain masalah koneksi internet, Short Message Service Banking juga bisa dilakukan oleh para nasabah yang tak memiliki smartphone tetapi ingin melakukan transaksi secara mudah, cepat, dan praktis, jadi indikator layanan Short Message Service Banking.<sup>59</sup>

Banyaknya short message service banking tersebut, artinya nasabah memiliki kepuasan terhadap short message service banking tersebut. Karena kepuasan nasabah merupakan tujuan utama bagi perusahaan jasa yang bergerak dibidang tersebut. Kepuasan nasabah juga sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dari suatu produk atau jasa yang mereka gunakan.

### **3. Pengaruh Kepuasan Nasabah dalam Internet Banking Dan Short Message Service Banking**

Hasil penelitian pada variabel kepuasan nasabah menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 59,086 dengan tingkat nilai signifikan 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka disimpulkan variabel kepuasan nasabah secara silmutan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

---

<sup>59</sup>Harahap, "Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih."

Bertransaksi melalui layanan internet banking sangatlah menguntungkan bagi para nasabah karena layanan internet banking memudahkan nasabah dalam bertransaksi dalam perbankan kapanpun dan dimanapun. Hal ini dilihat dari nasabah yang memakai internet banking melakukan transaksi perbankan, termasuk nasabah bank Syariah Indonesia KC 1 Palangka Raya terlebih lagi dikuatkan oleh jawaban para nasabah bahwa internet banking memberikan kemudahan dalam bertransaksi. secara keseluruhan nasabah bank Syariah Indonesia KC 1 Palangka Raya memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terhadap layanan internet banking karena memberikan kenyamanan dan keamanan.

Sedangkan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, Abdul, Jalil bahwa internet banking dan short message service banking banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semua variabel independen secara bersama – sama dalam penelitian ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.<sup>60</sup>

Short message service banking banking mempunyai keunggulan dibandingkan internet banking karena tidak membutuhkan jaringan internet. Terutama bagi warga yang ada didesa yang tak bisa selalu terhubung internet. Karena itu short message service banking banking dianggap bisa menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Selain masalah koneksi internet, short message service banking banking juga bisa dilakukan oleh para

---

<sup>60</sup>Nurdin et al., “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu).”

nasabah yang tak memiliki smartphone tetapi ingin melakukan transaksi secara mudah, cepat dan praktis.<sup>61</sup>

Kepuasan nasabah salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa anggapnya, atau hasil dan kaitannya dengan ekspektasi kepuasan konsumen maupun nasabah akan tercapai jika persepsi fundamental konsumen atau nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa sama dengan kinerja produk yang diharapkan.<sup>62</sup>

Kepuasan nasabah dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya norma kinerja lainnya dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi pengaruh layanan internet banking dan short message service banking dengan kepuasan nasabah karena dapat dilihat dari pengaruh layanan internet banking dan short message service banking terhadap kepuasan nasabah bank Syariah Kc 1 Palangka Raya sangat baik yang artinya bank telah cukup memberikan berbagai fitur atau produk – produk yang di tawarkan kepada nasabah.

---

<sup>61</sup>D Hertina and M. Hidayat, "Financial Performace and Systemic Risk Effect On Stock Return (Case Study on Oil and Gas Companies Listed In IDX Year 2011-2016).," *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal* 2 (2018).

<sup>62</sup>Rajendra Prasada Bangkara and Ni Putu Sri Harta Mimba, "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening," *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16, no. 3 (2016): 2408–34.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka nasabah akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, nasabah akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas. Sedangkan dari sisi nasabah, konteks kepuasan merupakan keinginan nasabah terhadap kepuasan layanan yang diberikan oleh pihak perbankan syariah keinginan nasabah terhadap pelayanan perbankan pada umumnya.

Kepuasan nasabah, kepuasan nasabah adalah perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Kepuasan nasabah merupakan hal terpenting yang harus diwujudkan suatu bank sehingga nasabah yang lama akan tetap bertahan dan nasabah baru akan datang melalui rekomendasi atau cerita pengalaman yang menyenangkan dari nasabah lama.<sup>63</sup>

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan nasabah. Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan rasa lega yang di miliki seseorang ketika dirinya telah mengkonsumsi suatu produk atau jasa dari orang lain atau lembaga yang bersangkutan.

Short message service banking mempunyai keunggulan dibandingkan internet banking karena tidak membutuhkan jaringan internet.

---

<sup>63</sup>Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Pertama (Surabaya: Unitomo Press, n.d.).

Terutama bagi warga yang ada didesa yang tak bisa selalu terhubung internet. Karena itu short message service banking dianggap bisa menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Selain masalah koneksi internet, short message service banking juga bisa dilakukan oleh para nasabah yang tak memiliki smartphone tetapi ingin melakukan transaksi secara mudah, cepat dan praktis.<sup>64</sup>



---

<sup>64</sup>Krisnadi Hariyanto and Astria Hindratm, “Pengukuran Dan Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Service Kendaraan Dengan Metode Service Quality Dan Analytical Hierarchy Process” VI, no. 2460 (2020): 251–65.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang bisa dikemukakan didalam penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa Internet Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang artinya jika Internet Banking meningkat, maka Kepuasan nasabah juga meningkat dan sebaliknya jika Internet Banking menurun maka kepuasan nasabah juga menurun.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa Short Message Service Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Untuk membuktikan hal tersebut dengan membandingkan antara signifikan dan tarif signifikan, dari perbandingan tersebut diperoleh bahwa signifikan  $< 0,05$  yaitu 0,000 dengan signifikan 0,05. Maka disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Short Message Service berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui secara simultan bahwa Internet Banking dan Short Message Service Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sig  $<$  dibandingkan taraf Signifikansi yang artinya variabel *independent* (Internet Banking Dan Short Message Service Banking) berpengaruh secara simultan terhadap variabel *dependent* (kepuasan nasabah). Maka hipotesis yang menyatakan Internet

Banking dan Short Message Banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diberikan penulis sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KC 1 Palangka Raya diharapkan memerhatikan Internet banking dan Short Message Service Banking dan meningkatkan fasilitas serta kemampuan teknologi dari fitur transaksi online yang dimiliki Bank Syariah Indonesia Kc 1 Palangka Raya.
2. Bagi peneliti selanjutnya perlu lebih memperhatikan faktor –faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena didalam uji koefisien determinasi menunjukkan ada beberapa faktor lain yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kc 1 Palangka Raya.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Anwar, Saiful. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Arikunto, Suharsimi. "Metode Penelitian." *Jakarta: Rineka Cipta*, 2010.
- Atmadjati, Arista. *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Deepublish, 2018.
- Ghozali, Imam. "SPSS 21 Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS." *Universitas Diponegoro, Semarang*, 2013.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif*. Vol. 143. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Hardiyansyah. *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator Dan Implementasinya*. Jakarta: Gava Media, 2018.
- Hutasoit, Moksa. *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.
- Indrasari, Dr. Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Pertama. Surabaya: Unitomo Press, n.d.
- Karim, Adiwarmanto A. *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Pertama. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2009.
- Mallat, N. *Mobile Banking Services*. New York: Pearson, 2004.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Pasolong, Harbani. *Teori Administrasi Publik*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Prasetyo, Luhur. "Undang-Undang Perbankan Syariah." Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2010.

- Prasetyoningrum, Ari Kristin. *Risiko Bank Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2017.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Risk Management for Islamic Bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Shomad, Abd, and Trisadini P Usanti. *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet, 2016.
- . “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: PT Alfabet.” Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. Bandung: Alfabeta, 2019. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Tjiptono, Fandy; Chandra, Gregorius. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising, 2007.

## **B. Jurnal**

- Bangkara, Rajendra Prasada, and Ni Putu Sri Harta Mimba. “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening.” *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16, no. 3 (2016): 2408–34.
- Creswell, John W, and Amanda L Garrett. “The ‘Movement’ of Mixed Methods Research and the Role of Educators.” *South African Journal of Education* 28, no. 3 (2008): 321–33.
- Davis, Fred D, Richard P Bagozzi, and Paul R Warshaw. “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models.” *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003.
- Firdous, Sadaf, and Rahela Farooqi. “Impact of Internet Banking Service Quality on Customer Satisfaction.” *The Journal of Internet Banking and Commerce* 22, no. 1 (2017): 1–17.

- Harahap, Zakaria. "Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih." *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6, no. 1 (2020): 101–18.
- Hariyanto, Krisnadhi, and Astria Hindratm. "Pengukuran Dan Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Service Kendaraan Dengan Metode Service Quality Dan Analytical Hierarchy Process" VI, no. 2460 (2020): 251–65.
- Hartawan, Dedi. "Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang)." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 2 (2017): 149–66.
- Hertina, D, and M. Hidayat. "Financial Performace and Systemic Risk Effect On Stock Return (Case Study on Oil and Gas Companies Listed In IDX Year 2011-2016)." *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal* 2 (2018).
- Kumar, Suresh, and Angela Leonie Keyko Yukita. "Millennials Behavioral Intention in Using Mobile Banking: Integrating Perceived Risk and Trust into TAM (A Survey in Jawa Barat)." *Proceedings of the International Conference on Business and Engineering Management (ICONBEM 2021)* 177 (2021): 210–17. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210522.028>.
- Mastarida, Friska, Syafrida Hafni Sahir, Erlina Dwi Ratnasari, Abdurrozzaq Hasibuan, Valentine Siagian, Endang Hariningsih, Fajrillah Fajrillah, Zelfi Gustiana, Diena Dwidienawati Tjiptadi, and Andrew Fernando Pakpahan. *Strategi Transformasi Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2022.
- Novia, Karlina Sari. "The Influence of Non-Physical Work Environment and Workload on Employee Satisfaction at PT. Sumber Ganda Mekar City of Bandung," 2019, 1–21.
- Nurdin, Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, and Abdul Jalil. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 87–104.
- Prakosa, Adhi, and Ahsan Sumantika. "An Analysis of Online Shoppers' Acceptance and Trust toward Electronic Marketplace Using TAM Model." In *Journal of Physics: Conference Series*, 1823:12008, 2021.

- . “Analisis Technology Acceptance Model Pada Pengguna Dompnet Digital Di Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Jurnal Manajemen* 10, no. 2 (2020): 137–46.
- Pratama, I Putu Agus Eka. “PBI Nomor 13/23/PBI/2011 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah.” In *Komputer Dan Masyarakat*. Bandung: Informatika, 2012.
- Purnomo, Purnomo, Ramayani Yusuf, and others. “Layanan SMS Banking Dan Internet Banking Bank Syariah Untuk Meningkatkan Customer Experience.” *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)* 8, no. 2 (2020): 1–10.
- Rondonuwu, Diana E. “Upaya Bank Dalam Menjaga Rahasia Bank Sebagai Wujud Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah.” *LEX ET SOCIETATIS* 2, no. 8 (2014).
- Santoso, Santoso. “Periodisasi Perkembangan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia.” *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (2016): 120–39.
- Suharini, Mieke. “Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk Dan Jasa E-Banking.” *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi* 15, no. 3 (2011).
- Sukriani, Chyntia, and Irdha Yusra. “Pengaruh Penggunaan Layanan Sms Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Di Bank Nagari Cabang Tapan.” In *Academic Conference For Management 1*, 2019.

### **C. Skripsi**

- Antasari, Arga Satria, Kertahadi Kertahadi, and Riyadi Riyadi. “Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bontang).” Brawijaya University, 2013.
- Arifin, Johan. *Perlindungan Hukum Nasabah Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah: Studi Terhadap Nasabah BMT Di Kota Semarang*. Semarang: Walisongo Press, 2010.
- Dharmatanna, Ezra Christian. “Pengaruh Financial Technology Terhadap Kinerja

Keuangan Perbankan Di Indonesia.” Universitas Atma Jaya, 2020.

Mindarti, Lely Indah. *Manajemen Pelayanan Publik: Menuju Tata Kelola Yang Baik*. Universitas Brawijaya Press, 2016.

Usnar, Nurul Damayanti. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Sms Banking Bank Bni Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kota Makassar.” Universitas Hasannudin, 2012.

Restu Guriting Panggalih dan Zaki Baridwan, *Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Barwijaya, 2013.

Suci Sulistiyarini, *Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB)*, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2013.

