

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI WEBSITE DAN KETANGGAPAN
PELAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Fiki Mabella Ingka Sari

NIM 402180142

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

ABSTRAK

Sari, Fiki Mabella Ingka. Pengaruh Kualitas Informasi Website dan Ketanggapan Pelayanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo. *Skripsi*. 2022. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Ponorogo, Pembimbing: Dr. Aji Damanuri, M.E.I.

Kata Kunci: Informasi, Ketanggapan, dan Kepuasan Nasabah

Fasilitas *mobile banking* disediakan oleh industri perbankan yang bertujuan mencapai kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan. Kualitas informasi *website* yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan informasi *website* sesuai yang diharapkan. Ketanggapan pelayanan yaitu nasabah akan puas apabila mendapatkan pelayanan yang tanggap sesuai dengan yang diharapkan. Namun teori tersebut bertentangan dengan kenyataan yang ada, di mana hasil wawancara dengan nasabah mengatakan bahwa kualitas produk *mobile banking* masih kurang sesuai dengan harapannya namun nasabah tetap merasa puas dan menggunakan kembali *mobile banking*.

Rumusan masalah dalam penelitian adalah adakah pengaruh kualitas informasi *website* terhadap kepuasan nasabah, adakah pengaruh ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dan adakah pengaruh kualitas informasi *website* dan ketanggapan Pelayanan *M-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 7119 nasabah BSI KCP Ponorogo. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling aksidental dengan 97 responden sebagai sampel penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas informasi *website* sebesar $0,002 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). (2) Ketanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel ketanggapan pelayanan sebesar $0,006 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$). (3) Kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang memperoleh nilai sig sebesar $0,006 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$).



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

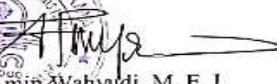
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

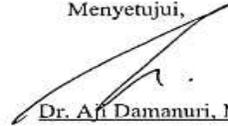
Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan	
1	Fiki Mabella Ingka Sari	402180142	Perbankan Syariah	Pengaruh Kualitas Informasi Website dan Ketanggapan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 11 Mei 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Amin Wahyudi, M. E. I.
NIP. 197502072009011007

Menyetujui,

Dr. Ari Damanuri, M. E. I.
NIP. 197506022002121003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terakreditasi "B" sesuai SK BAN-PT Nomor : 2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016
Alamat : Jl. Puspita Jaya, Jenangan, Ponorogo Telp. (0352) 3576565, Kode Pos 63492
Email: febi@iainponorogo.ac.id Website: http://febi.iainponorogo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah Skripsi berikut ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Informasi Website dan Ketanggapan Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo
Nama : Fiki Mabella Ingka Sari
NIM : 402180142
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam siding Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang	:	
Ridho Rokamah, M.SI.		
NIP 197412111999032002		(.....)
Penguji I	:	
Dr. Luhur Prasetyo, S. Ag., M.E.I		
NIP 197801122006041002		(.....)
Penguji II	:	
Dr. Aji Damanuri, M.E.I		
NIP 197412111999032002		(.....)

Ponorogo, Senin 30 Mei 2022
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

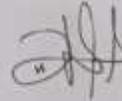
Nama Fiki Mabella Inka Sari
NIM 402180142
Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis Pengaruh Kualitas Informasi Website dan Ketanggapan Pelayanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 13 Juni 2022

Penulis



Fiki Mabella Inka Sari
NIM 402180142

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Fiki Mabella Ingka Sari

NIM : 402180142

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS INFORMASI WEBSITE DAN KETANGGAPAN
PELAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH
INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang
dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 12 Mei 2022

Pembuat Pernyataan,



Fiki Mabella Ingka Sari

NIM 402180142

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	7
B. Kajian Pustaka	18
C. Kerangka Pemikiran	26
D. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	29
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	29
C. Lokasi Penelitian	31
D. Populasi dan Sampel	31
E. Jenis dan Sumber Data	33
F. Metode Pengumpulan Data	34
G. Instrumen Penelitian	34
H. Validitas dan Realibilitas Instrumen	35
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	36

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Realibilitas)	49
C. Hasil Pengujian Deskriptif	52
D. Hasil Pengujian Hipotesis	57
E. Pembahasan	
1. Rumusan Masalah ke 1	70
2. Rumusan Masalah ke 2	71
3. Rumusan Masalah ke 3	72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	
1. Kesimpulan Rumusan Masalah ke 1	74
2. Kesimpulan Rumusan Masalah ke 2	74

3. Kesimpulan Rumusan Masalah ke 3	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79
RIWAYAT HIDUP	90



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	42
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas X1	50
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas X2	51
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Y	51
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas X1	52
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas X2	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Y	53
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif	53
Tabel 4.11	Kategorisasi Variabel Kualitas Informasi Website	56
Tabel 4.12	Kategorisasi Variabel Ketanggapan Pelayanan	57
Tabel 4.13	Kategorisasi Variabel Kepuasan Nasabah	58
Tabel 4.14	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	61
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 4.17	Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X1 dan Y	64

Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X2 dan Y	65
Tabel 4.20	Hasil Estimasi Koefisien Regresi Linier Ganda	66
Tabel 4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 terhadap Y	67
Tabel 4.22	Hasil Uji Koefisien Determinasi X2 terhadap Y	68
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 dan X2 terhadap Y	69
Tabel 4.24	Hasil Uji T	71
Tabel 4.25	Hasil Uji F	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	27
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BSI Syariah	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	79
Lampiran 2	Tabulasi Data Penelitian	82



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini bank telah meluncurkan media layanan untuk bertransaksi perbankan dengan berbasis teknologi. Salah satu layanan yang diberikan perbankan ialah *mobile banking*. Produk *mobile banking* merupakan salah satu pemanfaatan perkembangan teknologi informasi yang dilakukan oleh perbankan. Produk *mobile banking* merupakan produk tambahan yang diberikan dari perbankan kepada nasabah. Layanan *mobile banking* adalah pengembangan dari *sms banking* dan *internet banking*. *Mobile banking* dapat diakses dengan menggunakan perangkat *smartphone*.¹

Mobile banking sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat khususnya diperkotaan yang cenderung memiliki aktivitas yang padat. Penyediaan layanan perbankan syariah berbasis internet memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin bertransaksi keuangan tanpa harus mendatangi kantor bank syariah. Jenis-jenis layanan yang ada di *mobile banking* antara lain transfer dana antar rekening atau ke bank lain; informasi saldo dan mutasi rekening; pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lain-lain; pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain; dan layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing.²

Lembaga keuangan khususnya perbankan syariah saat ini sudah memiliki layanan *website*. Dalam mencapai kepuasan nasabah, perbankan juga terus meningkatkan kualitas penggunaan, kualitas informasi, dan juga kualitas interaksi secara *online* kepada nasabah. Salah satu *website* bank yang digunakan oleh masyarakat yaitu *website* BSI Syariah. *Website* yang ada pada BSI Syariah memberikan informasi dan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah dapat berupa penyedia formulir pembukaan rekening,

¹ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dan Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 79.

² *Ibid.*, 8.

menyediakan fitur perhitungan zakat maal, simulasi pembayaran, simulasi tabungan dan deposito mudharabah, dan fasilitas lain yang diberikan kepada masyarakat untuk berwakaf.³

Website bagi perbankan sendiri juga menjadi keharusan untuk mampu merangkul nasabahnya. Didalam website tersedia informasi dalam bentuk teks, gambar, dan juga suara. Tujuan adanya *website* ialah memudahkan setiap nasabah dalam melakukan semua transaksinya.⁴

Situs *online* yang ada sekarang ini berperan sangat penting terhadap kegiatan bisnis. Nantinya dengan adanya situs *online* ini akan memberikan pengaruh terhadap dunia bisnis. Maka dari itu, perusahaan di jaman sekarang ini harus mampu mengembangkan bisnisnya melalui *website* yang berkualitas. Sehingga nantinya masyarakat mendapatkan pengalaman yang menarik dalam mengakses informasi secara *online*. Selain itu, layanan website juga dapat mengetahui mengenai kepuasan pengguna dan nantinya akan memberikan umpan balik. Dengan mengukur kualitas layanan berdasarkan selera pelanggan, maka nantinya akan mampu menghasilkan nilai kualitas layanan. Karena pelanggan merupakan orang yang menerima hasil dari layanan *website*.

Fasilitas *mobile banking* yang hadir dalam industri perbankan akan memberikan kepuasan bagi para nasabah. Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan nasabah ialah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang diinginkan dengan ekspektasi.⁵ Nasabah akan merasakan puas atau kecewa setelah menggunakan produk. Apabila nasabah merasa puas setelah menggunakan produk maka ia akan cenderung mengulangnya lagi. Sebaliknya, apabila nasabah merasa kecewa maka ia tidak akan mengulangnya di kemudian hari. Kepuasan nasabah ialah evaluasi setelah melakukan pembelian dimana dari yang diharapkan sama dengan realita atau bahkan melampauinya. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang diharapkan tidak sesuai dengan

³ www.bsisyariah.co.id

⁴ Nurma Yunita, dkk, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan Website Bank Syariah Terhadap Perolehan Informasi Nasabah (Studi BNI Syariah Kota Bogor)*, (Bogor: Universitas Djuanda, 2020), 2.

⁵ Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2009),

realitanya.⁶

Hasil dari wawancara dengan nasabah yang telah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo yang bernama Devina mengatakan bahwa kualitas informasi yang ada di *website* BSI Syariah tergolong rendah dan belum sesuai dengan yang diharapkan, dimana ia berhadapan dengan adanya *website* BSI Syariah ia mendapatkan informasi yang lebih dimengerti dirinya sebelum menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI Syariah. Selain itu ia juga terkadang bersikap acuh terhadap informasi di *website* BSI Syariah saat ia merasa bingung menggunakan *mobile banking* BSI Syariah. Meskipun kualitas informasi *website* BSI Syariah belum sesuai dengan yang ia harapkan tetapi ia mengaku masih menggunakan kembali produk *mobile banking* BSI Syariah karena penampilan aplikasi *mobile banking* yang menarik sehingga memunculkan rasa semangat menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI Syariah.⁷

Sedangkan untuk hasil wawancara dengan nasabah yang menggunakan *mobile banking* kedua yang bernama Rike mengatakan mendapatkan permasalahan gangguan dalam pengoperasian *mobile banking* pada saat malam hari. Pada saat itu nasabah bernama Rike ini hendak menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk melakukan transfer ke bank lain. Akan tetapi dari gangguan yang dialami nasabah ini, keesokan harinya nasabah ini masih menggunakan kembali transaksi perbankan syariah.⁸

Sebagai bagian dari industri perbankan syariah, BSI KCP Ponorogo juga harus mampu meningkatkan kualitas informasi *website* dan juga ketanggapan pelayanan *mobile banking*. Karena dengan ditingkatkannya kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan, maka akan juga meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurma Yunita dengan judul penelitian yaitu Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan *Website* Bank Syariah terhadap Perolehan Informasi Nasabah menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan *website* perbankan syariah ialah

⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181.

⁷ Devina, *Hasil Wawancara*, 10 September 2021.

⁸ Rike, *Hasil Wawancara*, 12 September 2021.

kualitas penggunaan, kualitas interaksi, kualitas informasi. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Nurma Yunita ini juga menggunakan analisis faktor yang digunakan untuk menjawab permasalahan faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi kualitas layanan *website*.⁹ Selain itu, Wahyu Febrianti dan Sri Widiyati dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan *Internet Banking* pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Banyumanik Semarang menyatakan bahwa, daya tanggap pelayanan *Internet Banking* menjadi salah satu faktor pendukung dalam terwujudnya kepuasan nasabah.¹⁰

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Informasi *Website* dan Ketanggapan Pelayanan *M-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo”. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo dipilih sebagai tempat penelitian karena Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo merupakan salah satu bank syariah yang sudah membuka layanan *mobile banking* bagi nasabahnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis kemukakan diatas, maka penulis meruskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Adakah pengaruh kualitas informasi *website M-Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?
2. Adakah pengaruh ketanggapan Pelayanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?
3. Adakah pengaruh kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo?

⁹ Nurma Yunita, dkk, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan Website Bank Syariah Terhadap Perolehan Informasi Nasabah (Studi BNI Syariah Kota Bogor)*, (Bogor: Universitas Djuanda, 2020), 11.

¹⁰ Wahyu Febrianti, dkk, *Analisis Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan Internet Banking pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Banyumanik Semarang*, (Semarang:Politeknik Negeri Semarang, 2019), 99.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini ialah:

1. Untuk meneliti pengaruh kualitas informasi *website M-Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
2. Untuk meneliti pengaruh ketanggapan Pelayanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.
3. Untuk meneliti pengaruh kualitas informasi *website* dan ketanggapan Pelayanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Dengan hasil penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan jasa di Bank Syariah Indonesia kepada nasabah. Dan nantinya mampu menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan perusahaan agar tercipta hasil yang lebih maksimal dan diimpikan masyarakat

2. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Dengan adanya penelitian ini, nantinya bisa menjadi acuan untuk penelitian lain yang pembahasannya sama. Selain itu juga mampu menambah wawasan bagi peneliti terutama bagi bidang yang sesuai.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini disajikan dengan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab, antara lain:

Bab 1 Pendahuluan. Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan juga sistematika penulisan. Adapun fungsi pada bab ini ialah memberikan arahan yang jelas dalam penelitian.

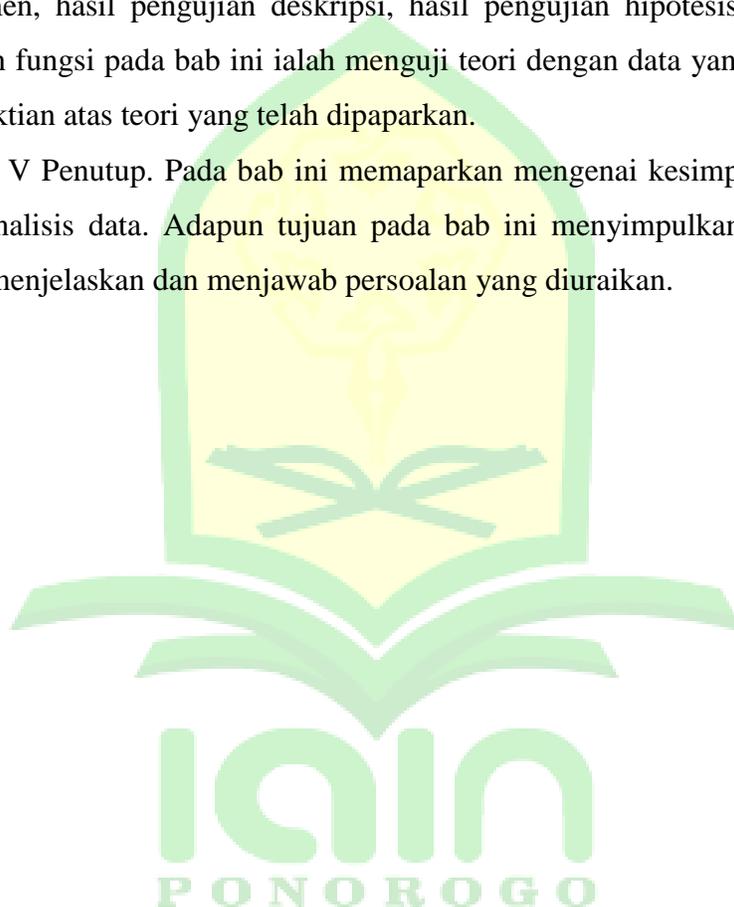
Bab II Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Berfikir, dan Hipotesis. Pada bab ini membahas mengenai hipotesis penelitian. Pada bab ini juga membahas landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Adapun fungsinya

ialah menjelaskan teori yang akan diuji.

Bab III Metode penelitian. Pada bab ini membahas mengenai rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, teknik sampling, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, dan analisis data. Pada bab ini berfungsi menjelaskan prosedur penelitian, dimulai dari pengumpulan data sampai analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Pada bab ini membahas mengenai hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan. Adapun fungsi pada bab ini ialah menguji teori dengan data yang telah diambil dan pembuktian atas teori yang telah dipaparkan.

Bab V Penutup. Pada bab ini memaparkan mengenai kesimpulan dan saran dan hasil analisis data. Adapun tujuan pada bab ini menyimpulkan hasil pembahasan untuk menjelaskan dan menjawab persoalan yang diuraikan.



BAB II

TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan perusahaan jasa atau bank adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini yang akan menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya suatu usaha. Selain itu, bank juga harus menempatkan nasabah sebagai raja dalam perusahaan. Sehingga setiap elemen yang ada dalam perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Dalam hal ini, yang perlu diperhatikan bukan hanya mutu atau kualitas dari produk tetapi juga usaha dalam mencapai kepuasan nasabah.

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” yang memiliki arti cukup baik, memadai dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya dalam pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu menjadi memadai.¹¹

Kepuasan nasabah ialah hasil dari membandingkan hasil suatu produk terhadap apa yang telah dilakukan, lalu muncullah rasa senang atau kecewa. Penilaian akan produk tergantung dari beberapa faktor, yang paling utama yaitu hubungan loyalitas yang dimiliki antara pelanggan dengan sebuah merk.¹²

Variabel yang menentukan kepuasan nasabah adalah *ekspectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Jika kinerja tersebut gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. Dan jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan puas atau senang. Nasabah akan cenderung merasa puas apabila keuntungan yang mereka peroleh dari

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), 43.

¹² Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 139.

bertransaksi dengan produk dalam bank melebihi atau setidaknya sama dengan apa yang telah mereka harapkan.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan dari pelanggan. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya akan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi pelanggan.¹³

Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pada nasabah¹⁴ :

- 1) Tidak adanya kesesuaian anatara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat nasabah.
- 2) Layanan yang diberikan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
- 3) Perilaku atau sikap dari karyawan yang mengecewakan nasabah.
- 4) Suasana dan kondisi lingkungan fisik yang tidak menunjang.
- 5) Biaya yang tinggi, contohnya biaya administrasi yang lebih tinggi daripada bank lain.
- 6) Promosi iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:¹⁵

1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen akan selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, konsumen akan memberikan nilai tambah jika kualitas produk yang diberikan baik.

2) Kualitas Pelayanan

¹³ Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: BPFE, 2006), 24.

¹⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), 213.

¹⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 56.

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk, tetapi dari nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas kan setia lebih lama, dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Ninik Rustanti menyebutkan faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah meliputi: ¹⁶

- 1) Kualitas produk. Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

¹⁶ Ninik Rustanti, *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), 34.

- 2) Harga produk, merupakan nilai yang dapat dikenakan terhadap produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya.
- 3) Kualitas layanan, yakni seberapa baik pelayanan yang diterima oleh nasabah. Nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 4) Sikap terhadap produk, yakni berupa sikap yang muncul dari emosi atau rasa dari dalam diri nasabah. Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat nasabah menjadi puas terhadap merek tertentu.
- 5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk, yaitu apakah dalam memperoleh suatu produk dibutuhkan biaya yang cukup besar/kecil, termasuk juga nasabah mudah mendapatkannya atau tidak. Nasabah akan merasa puas jika tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

c. Manfaat Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:¹⁷

- 1) Loyal pada bank, artinya kemungkinan kecil nasabah akan pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah yang bersangkutan.
- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan

¹⁷ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 264.

sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.

- 4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.

a. **Memantau Kepuasan Nasabah**

Bank harus melakukan pemantauan kepuasan nasabah agar selalu terjalin hubungan yang memuaskan. Beberapa metode untuk memantau kepuasan nasabah tersebut adalah:¹⁸

1) Sistem keluhan dan saran

Bank harus menyediakan kotak saran ditempat yang mudah dijangkau oleh nasabah. Lebih baik lagi, bagi nasabah yang ingin memberikan saran telah disediakan formulir sehingga nasabah tinggal mengisi. Beberapa bank yang berwawasan nasabah, menyediakan telpon bebas pulsa yang memudahkan nasabah untuk melakukan kontak dengan bank. Arus informasi seperti ini membuat bank dapat bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

2) Survei kepuasan nasabah

Tingkat keluhan nasabah belum mencerminkan ukuran kepuasan nasabah. Bank yang responsif mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survei berkala atau mengirim daftar pertanyaan atau juga menelpon para nasabah baru untuk mendengar reaksi mereka terhadap kinerja bank dan kinerja pesaing bank. Di sini bank dapat sekaligus menanyakan kemungkinan nasabah melakukan transaksi ulang. Hal ini akan dilakukan nasabah apabila mereka mendapatkan kepuasan yang tinggi.

3) Pembeli hantu (*ghost shopper*)

Bank dapat mengirim petugas untuk berpura-pura menjadi

¹⁸ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011), 228

nasabah bank pesaing dan kemudian membandingkan layanan bank pesaing dengan layanan bank sendiri.

4) Nasabah yang sudah tidak membeli lagi (*lost customer analysis*)

Apabila bank kehilangan pelanggan maka bank harus berupaya untuk mengetahui mengapa mereka tidak loyal lagi kepada bank. Apakah tarif jasa yang mahal, produk yang kurang dapat diandalkan atau pelayanan yang kurang memuaskan. Selain melakukan wawancara, bank perlu pula memantau tingkat kehilangan pelanggan (*customer lost rate*), yang apabila meningkat maka berarti bank gagal dalam memuaskan nasabahnya.

2. Kualitas Website

a. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Konsep kualitas harus bersifat menyeluruh, baik produk maupun prosesnya. Kualitas harus dibangun sejak awal, dari penerimaan input hingga perusahaan menghasilkan output bagi pelanggannya.¹⁹

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memberikan kepuasan kebutuhan yang disampaikan atau tersirat. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah memberikan produk atau jasa yang berkualitas apabila produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.²⁰

Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.²¹

Kualitas dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya. Dengan

¹⁹ Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 15.

²⁰ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2009), 149.

²¹ Ibid.

kata lain ada dua faktor yang mempengaruhi yaitu *expected service* dengan *perceived service*.²² Bila jasa yang diterima/dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik/memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai sebagai kualitas yang ideal, sedangkan jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada kualitas diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan. Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas

b. Pengertian Website

Pengguna internet dari hari ke hari semakin banyak, sehingga hal ini menjadikan potensi perkembangan perekonomian untuk mampu berkembang terus. Semakin banyak orang yang menggunakan internet untuk segala keperluan baik untuk memenuhi dalam keperluan pekerjaan, sekolah, makanan, bahkan dalam pemenuhan keperluan transaksi perbankan. Proses dalam menggunakan *website* sangat cepat, murah, mudah dan menyenangkan. Orang tidak perlu pergi jauh-jauh untuk mencari informasi yang dikehendaki karena semua yang diinginkan sudah ada di *website*.

Melakukan bisnis di era milenium saat ini harus mampu berkembang dengan memanfaatkan fasilitas internet. Dengan adanya internet biaya-biaya seperti promosi dan komunikasi akan berkurang dan efektif.

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video, atau gabungan semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling

²² Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Gramedia Cawang, 2014), 268.

terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*).

Bersifat statis apabila isi informasi *website* tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik *website*. Bersifat dinamis apabila isi informasi *website* selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik dan pengguna *website*. Contoh dari *website* statis yaitu berisi profil perusahaan, sedangkan *website* dinamis seperti *Friendster*, *Facebook*, dan sebagainya.

Website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses oleh seluruh masyarakat di seluruh dunia yang berkoneksi dengan jaringan internet. *Website* merupakan sistem yang secara universal dapat menyimpan, mengambil, memformat serta menampilkan informasi menggunakan arsitektur *klien* dengan cara mengkombinasikan teks, grafis, dan suara yang tersimpan dalam *server web internet* yang disajikan dalam bentuk hiperteks.

Website merupakan salah satu fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen yang ada pada *website* disebut *web page* dan *link* yang ada dalam *website* bisa memungkinkan pengguna berpindah dari satu *page* ke *page* lain (*hyper text*). *Pages* dapat diakses dan dibaca melalui *browser* seperti *Netscape Navigator* atau *Internet Explorer* atau berbagai aplikasi browser lainnya.²³

Website online harus memiliki domain. Sebuah alamat web adalah dengan menggunakan “*Domain Name System*” yang merupakan metode yang dipakai untuk mengorganisir seluruh nama-nama computer yang ada di internet. Contoh domin adalah .com (komersil atau bisnis), .gov (pemerintahan), .mil (militer), .net (institusi yang berbeda), .ca (Negara Canada), .us (Negara Amerika) dan sebagainya yang berarti kepemilikan

²³ Hakim Lukmanul, *Cara Mudah Memadukan Web Design dan Web Programming*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004), 102.

web Negara.²⁴

Website perbankan akan memberikan informasi bagi nasabahnya dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan kepada setiap nasabahnya. Teknologi informasi *website* ini harus dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan bagi para manajemen dalam bentuk penyediaan informasi dan pengetahuan yang relevan, tepat, akurat, terpercaya, dan bernilai tinggi.²⁵

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *website* adalah suatu sistem yang berguna untuk menyimpan, mengambil, memformat dan menampilkan informasi dan pada perbankan, *website* perbankan dapat memberikan kemudahan bertransaksi.

c. **Pengertian Kualitas Informasi *Website***

Kualitas informasi meliputi hal-hal seperti informasi yang akurat, informasi yang bisa dipercaya, informasi yang *up to date* atau terbaru, informasi yang sesuai dengan topik yang dibahas, informasi yang mudah dimengerti, informasi yang sangat detail dan mendalam, dan informasi yang disajikan dalam format pesan yang sesuai.

Suatu informasi dikatakan berkualitas apabila ditunjang oleh tiga hal berikut :

a. Akurat (*accurate*)

Informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias dalam mencerminkan maksud informasi itu sendiri.

b. Tepat Pada Waktunya (*Time Liness*)

Informasi yang dihasilkan tidak boleh terlambat (*usang*). Informasi yang sudah *usang* tidak memiliki nilai yang baik untuk digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dan akan berakibat fatal dalam keputusannya.

c. Relevan (*relevancy*)

²⁴ Ginanjar, *Rahasia Membangun Website Toko Online Berpenghasilan Jutaan Rupiah*. (Bandung: Iffahmedia, 2014), 56.

²⁵ *Ibid.*, 6.

Informasi harus memberikan manfaat bagi pemakainya. Relevansi informasi untuk setiap orang berbeda dengan yang lainnya.²⁶

Website yang bagus ialah web yang fokus utamanya adalah isi dari *website* tersebut, dimana hal itu merupakan faktor utama yang menyebabkan para penggunanya kembali mengunjungi sebuah *website*. Kualitas *website* dibagi menjadi lima dimensi diantaranya:

- a. Informasi, yakni dimensi yang meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, keakuratan, dan relevansi dari konten yang ada di dalam *website* tersebut.
- b. Keamanan, yakni dimensi yang meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.
- c. Kemudahan, yaitu dimensi yang meliputi kemudahan pengoperasian, kemudahan untuk dimengerti, dan kecepatan.
- d. Kenyamanan, yaitu dimensi yang meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.
- e. Kualitas pelayanan, yaitu dimensi yang meliputi kelengkapan secara *online* dan *customer services*.²⁷

Website yang efektif mencakup tujuh elemen desain yang disebut 7C, yaitu: (1) *context*, tata letak dan desain; (2) *content*, teks, gambar, suara, dan video yang ada di dalam *website*; (3) *community*, bagaimana situs memungkinkan adanya komunikasi antar pengguna; (4) *cutomization*, kemampuan situs untuk menghantarkan dirinya pada berbagai pengguna atau memungkinkan pengguna mempersonalisasikan situs; (5) *communication*, bagaimana itu memungkinkan komunikasi situs dengan pengguna, pengguna dengan situs, atau komunikasi dua arah; (6) *connection*, tingkat hubungan situs itu dengan situs lain; dan (7) *commerce*, kemampuan situs untuk memungkinkan transaksi komersial.²⁸

²⁶ Tata Sutabri, *Analisa Sistem Informasi*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Andi, 2004), 9.

²⁷ Imam Sanjaya, "Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian Koinfo Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0", *IPTEK KOM: Jurnal Penelitian*, (2012), 14.

²⁸ *Ibid.*, 15.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas *website* merupakan faktor yang sangat penting dalam transaksi secara *online* dan memiliki nilai tersendiri bagi konsumen atau nasabah. *Website* yang baik memiliki kualitas operasional yang memungkinkan pengguna untuk melakukan aktivitas mereka dengan mudah dan efisiensi.

3. Ketanggapan

a. Pengertian Ketanggapan

Ketanggapan adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu lama adalah persepsi negative dalam kualitas pelayanan. Nasabah akan puas apabila mendapatkan pelayanan yang cepat dan tepat. Nasabah juga akan memberikan pendapat positif dalam pelayanan yang telah diberikan.

Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen dalam dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan dan penanganan keluhan pelanggan.²⁹

Responsivitas adalah kemampuan lembaga atau pegawai untuk merespon berbagai kebutuhan masyarakat ketika proses pelayanan berlangsung maupu dalam upaya mewujudkan kemauan mereka dalam jangka waktu tertentu. Kepekaan terhadap *responsivitas* harus mampu direalisasikan dengan adanya tindakan pembaharuan dalam pelayanan. Untuk itu lembaga harus mampu memprediksi apa yang menjadi kemauan masyarakat dan apa yang terjadi antara yang terjadi pada mereka dengan kemauan mereka.³⁰

Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya, apabila terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, maka pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalisir kerugian konsumen dengan

²⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 148.

³⁰ Rahman Mulyaman, *Birokrasi dan Pelayanan Publik*, (Jakarta: UNPAD Press, 2001), 11.

segera. Ketanggapan ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen.

Indikator-indikator untuk mengukur variabel ketanggapan yaitu: kesediaan karyawan untuk memberikan pelayanan yang cepat, menyangkut segala usaha yang dilakukan seseorang dalam rangka mencapai tujuan untuk mencapai kepuasan nasabah. Kesediaan membantu kesulitan yang dihadapi pasien, sudah merupakan tugas dari pegawai untuk pasien agar nantinya mampu memberikan kepuasan pelanggan. Keluargan waktu untuk menanggapi permintaan pasien, melakukan apa yang menjadi kesukaan di waktu bebas yang produktif dan memiliki hal yang tersendiri yang akan meningkatkan kreativitas, menginspirasi, kejelasan dalam menyampaikan informasi jasa.³¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan atau acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Rizki Widya Priyanga, Admaja Dwi Herlambang dan Niken Hedrakusuma Wardani (2018)	Evaluasi Kualitas Kebergunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Pelayanan Pada Website Dinas	Penilaian responden terhadap variabel <i>information quality</i> termasuk dalam kategori tinggi.	Membahas mengenai kualitas pelayanan <i>website</i> .	Tidak membahas <i>website M-Banking</i> dan juga tidak membahas mengenai ketanggapan dan

³¹ Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Gramedia Cawang, 2014), 287.

		<p>Pendidikan Menggunakan Metode <i>Webqual dan Importance Performance Analysis</i></p>	<p>Kemudian untuk tingkat kepuasan pelanggan termasuk kurang puas. Dan diperlukan lagi perbaikan terhadap beberapa indikator</p>		<p>kepuasan nasabah.</p>
<p>Nurma Muhammad Komarudin, dan Brawijaya (2012)</p>	<p>Yunita, Andri</p>	<p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan <i>Website Bank Syariah Terhadap Perolehan Informasi Nasabah</i></p>	<p>Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan <i>website bank syariah</i> meliputi kualitas penggunaan, kualitas interaksi, kualitas informasi meliputi sistem navigasi, aksetabilitas, konten,</p>	<p>Membahas mengenai kualitas layanan <i>website bank syariah</i></p>	<p>Tidak membahas mengenai ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i></p>

		relevan, kepercayaan, desain <i>website</i> , keamanan bertransaksi, dan kemudahan berkomunikasi		
Izma Fazlun Jannah, Innayatillah Djakfar, Azimah Dianah (2014)	Pengaruh Kualitas <i>Digital Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh	Kualitas <i>website</i> , kualitas informasi <i>website</i> , <i>accuracy</i> , <i>speed</i> , dan <i>security</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Membahas mengenai pengaruh kualitas informasi <i>website</i> terhadap kepuasan nasabah.	Tidak membahas mengenai ketanggapan pelayanan M-Banking. Dan juga lebih memfokus an pembahasan pada <i>digital banking</i> secara menyeluruh.
Wahyu Febrianti (2019)	Analisis Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan <i>Internet</i>	Nasabah merasa puas atas layanan <i>internet</i> <i>banking</i> yang telah diberikan	Membahas mengenai kepuasan nasabah.	Tidak membahas mengenai faktor kualitas informasi

	<i>Banking</i> pada PT Bank Indonesia (Persero) Tbk. Unit Banyumanik	PT Bank Indonesia (Persero) Tbk. Unit Banyumanik Semarang.		<i>website</i> dan juga ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i> . Dan juga menggunakan metodologi penelitian kualitatif.
Agus Budi Purwanto, Susanti Wahyuningsih (2010)	Pengaruh Kedisiplinan dan Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening	Ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Membahas mengenai variabel ketanggapan terhadap kepuasan nasabah.	Tidak membahas mengenai kualitas informasi <i>M-Banking</i> .
Alfonssius R Paju (2011)	Pengaruh Kualitas Layanan Internet Terhadap Tingkat	Faktor kehandalan menjadi faktor yang paling dominan yang dapat	Membahas mengenai kepuasan nasabah.	Tidak membahas mengenai kualitas informasi <i>website</i> dan

	Kepuasan Nasabah Perbankan di Denpasar	mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah menggunakan <i>internet banking</i>		juga ketanggapan .
Mariatul Adila (2017)	Pengaruh Layanan <i>mobile banking</i> Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah	Variabel <i>Reliability, Empathy, Responsivense</i> ss, dan <i>Efficiency</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan, untuk variabel <i>Assurance</i> dan <i>Tangible</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Membahas mengenai <i>mobile banking</i> dan juga kepuasan nasabah.	Tidak membahas mengenai ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i> .
Yeni Anda Dwinurpitasari (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan dan	Terdapat pengaruh kualitas	Membahas mengenai pengaruh	Tidak membahas mengenai

	<p>Produk <i>mobile banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo</p>	<p>layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah. Dan juga terdapat pengaruh antara kualitas produk <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah.</p>	<p><i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah.</p>	<p>ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i>.</p>
<p>Sri Imelda dan Hikmayanti Huwaida (2019)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Layanan <i>M-Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin</p>	<p>Diantara variabel kualitas layanan yaitu <i>tangible, reliability, responsiveness assurance,</i> dan <i>empaty</i> yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ialah variabel <i>empaty</i>.</p>	<p>Membahas mengenai <i>M-Banking</i> dan juga kepuasan nasabah.</p>	<p>Tidak membahas mengenai ketanggapan <i>M-Banking</i> dan juga kualitas informasi <i>website</i>.</p>

Hepi Puji Lestari (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>E-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah PT.BRI Syariah Tbk KCP Sungai Rumbai Dharmasraya	Terdapat pengaruh kualitas layanan <i>E-Banking</i> terhadap kepuasan nasabah.	Membahas mengenai kepuasan nasaabah.	Tidak membahas mengenai kualitas infomasi <i>website M-Banking</i> dan juga ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i> .
Raysa Sekar Putri (2019)	Pengaruh Layanan <i>mobile banking</i> Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah Semarang	<i>Assurance, reliability, empathy</i> dan <i>responsiveness</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel <i>compliance, tangible</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.	Membahas mengenai <i>mobile banking</i> dan juga kepuasan nasabah.	Tidak membahas mengenai kualitas infomasi <i>website M-Banking</i> dan juga ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i> .
Kusuma Wijayanto	Pengaruh	Variabel bukti	Membahas	Tidak

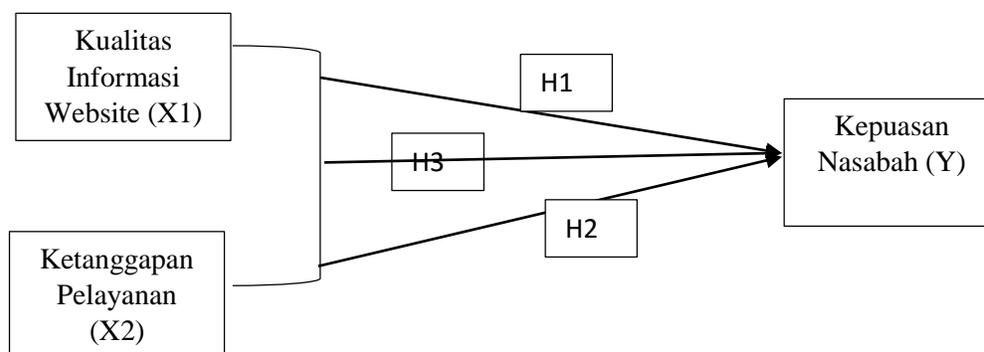
(2015)	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank	fisik dan ketanggapan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel jaminan, keandalan, dan perhatian tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	mengenai kepuasan nasabah.	membahas mengenai kualitas informasi <i>website M-Banking</i> dan juga ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i> .
Hermanto (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah	Hanya variabel jaminan yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kualitas SDM bank syariah.	Membahas mengenai kepuasan nasabah.	Tidak membahas mengenai kualitas informasi <i>website M-Banking</i> dan juga ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i> .
Rian Maulana,	Pengaruh	Pengaruh	Membahas	Tidak

Iskandar (2018)	Penggunaan <i>mobile banking</i> Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i>	penggunaan <i>mobile banking</i> terhadap minat nasabah adalah positif.	mengenai <i>mobile banking</i> .	membahas mengenai kualitas informasi <i>website</i> , ketanggapan <i>M-Banking</i> dan juga pelayanan <i>M-Banking</i> .
Zakaria Harahap (2020)	Pengaruh Layanan <i>M-Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Syariah Mandiri Kota Prabumulih	Layanan <i>M-Banking</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Membahas mengenai <i>M-Banking</i> dan juga pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.	Tidak membahas mengenai kualitas informasi <i>website</i> dan ketanggapan pelayanan <i>M-Banking</i>

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka teoretis merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti.

Berdasarkan beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada BSI Syariah KCP Ponorogo, maka kerangka konseptual penelitian penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran di atas menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas informasi *website*, ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah BSI Syariah Kantor Cabang Ponorogo, variabel yang mempengaruhi adalah kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti.³² Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujinya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan.

Berdasarkan tinjauan pustaka, Nurma Yunita, Muhammad Komarudin, dan Andri Brawijaya mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas informasi. Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan informasi yang berkualitas atau sesuai dengan yang diharapkan. Dalam penelitian terdahulu, Izma Fazlun Jannah, Innayatillah Djakfar, Azimah Dianah, meneliti Pengaruh Kualitas *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Dalam penelitian tersebut, membuktikan bahwa kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya semakin tinggi kualitas informasi *website* yang diberikan oleh bank, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dihasilkan.

H01 = Tidak terdapat pengaruh antara kualitas informasi *website* terhadap kepuasan nasabah.

Ha1 = Terdapat pengaruh antara kualitas informasi *website* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tinjauan pustaka, Agus Budi Purwanto, Susanti Wahyuningsih

³² Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), 66.

meneliti Pengaruh Kedisiplinan dan Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening. Dalam penelitian tersebut, membuktikan bahwa ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya semakin tinggi ketanggapan pelayanan yang diberikan oleh bank, maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah yang dihasilkan.

H02 = Tidak terdapat pengaruh antara ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Ha2 = Terdapat pengaruh antara ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan tinjauan pustaka, Izma Fazlun Jannah, Innayatillah Djakfar, Azimah Dianah, meneliti Pengaruh Kualitas *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Menyatakan bahwa tidak ada gunanya informasi *website* yang berkualitas apabila tidak diimbangi dengan ketanggapan pelayanan yang luar biasa. Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh informasi yang berkualitas. Sebaliknya, informasi yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh ketanggapan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan nasabah.

H03 = Tidak terdapat pengaruh kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Ha3 = Terdapat pengaruh kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah pedoman dalam penelitian yang berguna sebagai panduan dalam membangun strategi yang nantinya dapat menghasilkan model atau *blue print* penelitian. Rancangan penelitian dapat dikatakan sebagai petunjuk jalan dalam penelitian karena akan menuntun peneliti sehingga proses penelitian akan berjalan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.³³

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode ini digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai pengaruh kualitas informasi *website*, ketanggapan pelayanan *M-banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah hal yang sangat penting dalam penelitian, karena akan menjadi dasar mempersiapkan alat dan metode pengumpulan data, dan juga sebagai alat untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini juga terdapat variabel dependen dan variabel independen.

a. Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah)

Variabel dependen atau juga disebut sebagai variabel terikat adalah variabel yang akan menghasilkan reaksi dan respon apabila dikaitkan dengan variabel bebas atau dapat di notasikan sebagai Y.³⁴

Pada penelitian ini variabel dependennya ialah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah suatu bentuk perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan penilaian akan suatu barang atau jasa dari ekspektasi ke realita.³⁵

³³ Ibid., 71.

³⁴ Suryani, dalam *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Prenada Media, 2015), 91.

³⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*, (Macpro, 2010), 139

b. Variabel Independen

Variabel independen atau disebut juga variabel bebas ialah variabel yang mempengaruhi variabel lain.³⁶ Variabel independen pada penelitian ini adalah Kualitas Informasi *Website* (X1) dan Ketanggapan Pelayanan (X2). Kualitas Informasi *Website* adalah variabel yang akan mempengaruhi timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Informasi *Website* (X1) dan Ketanggapan Pelayanan (X2). Kualitas Informasi *Website* adalah faktor yang terpenting dalam bertransaksi online dan akan memiliki nilai tersendiri bagi konsumen atau nasabah. *Website* yang baik akan memiliki kualitas operasional yang mampu memberikan kemudahan bagi penggunaannya dalam melakukan berbagai aktivitasnya.³⁷ Ketanggapan (*Responsiveness*) adalah kemauan karyawan perusahaan (organisasi) yang tanggap dan bersedia membantu kepentingan pelanggan yang memerlukan layanan.³⁸

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah mendeskripsikan secara operasional variabel berdasarkan karakteristik yang diamati. Dari definisi operasional peneliti harus cermat dalam mengamati atau mengukur objek atau fenomena.³⁹

Variabel penelitian dari penelitian yang akan diteliti adalah kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y), kualitas informasi *website* (X1) dan ketanggapan pelayanan (X2). Definisi operasionalnya adalah:

- 1) Kualitas informasi *website* (X1) menurut Soementri memiliki dimensi :
 - a) Informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat dan relevan.
 - b) Keamanan, meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.

³⁶ Suryani, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Prenada Media, 2015), 90.

³⁷ Imam Sanjaya, "Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian Kominfo Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0", *IPTEK KOM: Jurnal Penelitian*, (2012), 14.

³⁸ Agus Budi Purwanto, *PENGARUH KEDISIPLINAN DAN KETANGGAPAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA HOTEL DI KABUPATEN SEMARANG)*, (Semarang : STIE Pelita Nusantara Semarang, 2013), 26.

³⁹ Saban Eschar, *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 213.

- c) Kemudahan, meliputi mudah dalam pengoperasian, mudah dipahami dan kecepatan.
 - d) Kenyaman, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.
- 2) Ketanggapan pelayanan (X2)
- Indikator ketanggapan pelayanan lebih difokuskan pada pemberian pelayanan yang lebih cepat/responsif dan tepat, serta pemberian informasi yang jelas.
- 3) Kepuasan nasabah (Y) menurut Kotler, indikator kepuasan yaitu :
- a) Kepuasan nasabah keseluruhan
 - b) Konfirmasi harapan
 - c) Minat untuk melakukan pembelian ulang
 - d) Kesiediaan merekomendasikan kepada orang lain
 - e) Ketidakpuasan nasabah

C. Lokasi

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di BSI Syariah Kantor Cabang Ponorogo yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta No.2B. Alasan peneliti mengambil penelitian di tempat tersebut karena BSI Kantor Cabang Pembantu Ponorogo merupakan salah satu lembaga keuangan yang berbasis syariah di Ponorogo serta peneliti mendapatkan permasalahan penelitian di BSI Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk diteliti dan nantinya akan ditarik kesimpulannya.⁴⁰ Populasi sendiri bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek tetapi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek.⁴¹

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo yang dimana

⁴⁰ Ibid, 80

⁴¹ Sugiyono, dalam *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 126.

jumlahnya tidak diketahui. Hal ini di karenakan tidak adanya data yang pasti bank sendiri mengenai jumlah dari pengguna *mobile banking*. Adapun alasan mengapa jumlah pengguna *mobile banking* tidak diketahui, karena untuk *mobile banking* merupakan produk pelengkap tabungan dan nasabah diberikan kebebasan untuk menggunakannya atau tidak, sehingga bank hanya mempunyai data jumlah penabung secara keseluruhan. Beliau juga mengatakan bahwa tidak semua para penabung memiliki *mobile banking*, karena kebanyakan yang memiliki hanyalah kaum muda.⁴² Selain itu, hal lain yang menyebabkan bank tidak memiliki data pengguna *mobile banking* karena registrasi *mobile banking* dapat dilakukan melalui ATM BSI Syariah atau unit kerja BSI Syariah. Akan tetapi disini peneliti menggunakan populasi sebesar 7119 nasabah yang dimana ini merupakan jumlah semua nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

2. Sampling

Teknik sampling menurut Sugiyono dalam bukunya adalah merupakan teknik pengambilan sampel.⁴³ Teknik pengambilan sampe pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan sampling insidental. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Oleh karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut: ⁴⁴

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

⁴² Gatot Wijanarko, Hasil Wawancara 20 November 2021.

⁴³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 73.

⁴⁴ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 155.

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan.

Dengan menggunakan *margin of error max* sebesar 10% maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97$$

Dari perhitungan sampel diatas, maka peneliti mengambil sampel dalam penelitian sebanyak 97 responden.

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴⁵ Pendapat lain menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari suatu populasi penelitian.⁴⁶ Jadi sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti oleh peneliti. Populasi dapat berisi data yang besar sekali jumlahnya, yang akan mengakibatkan tidak mungkin atau sulit dilakukan pengkajian terhadap seluruh data tersebut, sehingga pengkajian dilakukan dengan sampel saja.

Dalam penelitian ini, tidak diketahui jumlah pasti populasinya sehingga peneliti melakukan uji sampel dengan menggunakan rumus yang telah digunakan. Dan dari hasil perhitungan tersebut sampel yang harus diambil dalam penelitian ialah 97 responden.

E. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya dalam bentuk angka.⁴⁷ Untuk memperoleh suatu data, penulis akan menggali data dari sumber data primer. Data primer adalah data yang bersumber langsung dari objek penelitian yang terkait.⁴⁸ Data primer

⁴⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 73.

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 131.

⁴⁷ Mohammad Farhan Qudratullah, *Statistika*, (Yogyakarta: Suka Press, 2012), 8.

⁴⁸ *Ibid.*, 9.

pada penelitian ini berasal dari kuesioner yang telah diisi oleh nasabah *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo, melalui identitas dan tanggapan dari responden.

F. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Kuesioner

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui yang diharapkan responden. Pengisian kuesioner atau angket ini bisa dilakukan secara langsung kepada responden atau secara *online*.⁴⁹

b. Skala Pengukuran

Skala pengukuran pada penelitian ini adalah skala likert dengan menggunakan 4 jawaban. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang dengan fenomena sosial. Dengan skala likert, nantinya variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun butir-butir pertanyaan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka pemberian *scoring* sebagai berikut:⁵⁰

- a. Sangat Setuju (SS) = score 4
- b. Setuju (S) = score 3
- c. Tidak Setuju (TS) = score 2
- d. Sangat Tidak Setuju = score 1

G. Instrumen Penelitian

Rancangan kisi-kisi instrumen disusun peneliti untuk mendapatkan sebuah hasil penelitian yang memuaskan. Dalam penelitian ini, setiap variabel akan diberikan penjelasan, kemudian indikator akan diukur hingga menjadi item pernyataan, kemudian menentukan indikator yang diukur, hingga menjadi item pernyataan.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 199.

⁵⁰ *Ibid.*, 136.

H. Validitas dan Realibilitas Instrumen

No	Variabel	Indikator	No. Soal
1	Kualitas Informasi <i>Website</i>	Informasi yang akurat, lengkap, dan relevan	1, 2
		Kemudahan dalam mendapatkan informasi	3, 4
		Kenyamanan dalam mendapatkan informasi	5, 6
2	Ketanggapan pelayanan	Cepat memberikan pelayanan dan keluhan	7, 8
		Menghemat waktu	9, 10
		Dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja	11, 12
3	Kepuasan Nasabah	Menciptakan kepuasan nasabah	13, 14
		Keinginan untuk menggunakan bertransaksi lagi di masa yang akan datang	15, 16
		Kesediaan untuk merekomendasikan	17, 18

a. Uji Validitas

Validitas adalah pernyataan sampai mana data yang ditampung pada kuisioner yang mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang valid ialah berisi alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data bersifat valid. Valid artinya dapat digunakan untuk mengukur apa saja yang harus diukur.⁵¹ Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:⁵²

- 1) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3
- 2) Koefisien korelasi *product moment* $df = n-2$ n = jumlah sampel

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya dapat dipercaya. Jika peneliti yang sama menggunakannya berkali-kali atau peneliti lain masih memberikan hasil yang sama, maka alat ukur tersebut dapat dikatakan reliabel.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS yang akan dilakukan dengan menggunakan *Reliability Analysis Statistic* dengan *Cronbach*

⁵¹ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Malang: UB Press, 2012), 48.

⁵² Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 77.

Alpha. Jika nilai *Cronbach Alpa* $> 0,60$ maka dapat dikatakan variabel tersebut reliabel.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

a. Metode Pengolahan Data

Setelah mengumpulkan data selesai, tahap selanjutnya adalah mengolah data. Pengolahan data adalah proses untuk memperoleh suatu data atau angka ringkasan berdasarkan kelompok data yang mentah.⁵³ Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dengan menggunakan program IBM SPSS 24 dan Ms. Excel.

b. Analisis Data

Analisis data adalah tahapan menginterpretasikan data yang telah terkumpul dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi. Pada penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif, dimana analisis data menggunakan angka-angka.⁵⁴

Pada analisis ini penelitian menggunakan alat yang disebut statistik parametrik. Statistik parametrik ialah salah satu bagian dari metode statistik inferensial yang membahas mengenai parameter-parameter populasi, seperti mean, standar deviasi dan lain-lain.⁵⁵

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah, antara lain:

1. Analisis Deskriptif

Analisis data deskriptif adalah cara untuk mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa adanya maksud menyimpulkan yang akan berlaku secara umum.⁵⁶ Adapun tujuan pada analisis ini ialah mengubah data mentah menjadi gambaran yang mudah dipahami. Dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan secara jelas kondisi yang terdapat pada objek, untuk mengetahui dan mengalisis

⁵³ J . Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 2000), 24.

⁵⁴ Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*, (Medan: UMSU Press, 2014), 85.

⁵⁵ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 5.

⁵⁶ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial*, (Jakarta: Grasindo, 2007), 12.

data mengenai kualitas informasi *website*, ketanggapan pelayanan, dan juga kepuasan nasabah BSI Syariah KCP Ponorogo.

2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, nilai residu dari regresinya berdistribusi normal. Jika distribusi dari nilai residual tidak dapat dianggap berdistribusi normal.⁵⁷ Pada penelitian ini, digunakan uji statistika menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Adapun kriteria penarikan kesimpulannya ialah:⁵⁸

- 1) Nilai signifikan apabila $> 0,05$ maka berdistribusi normal.
- 2) Nilai signifikan apabila $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.⁵⁹ Untuk mengetahui apakah terdapat masalah multikolinieritas atau tidak dapat menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁶⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam satu model regresi. Apabila varians residual

⁵⁷ Singgih Santoso, *Mahir Statistika Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), 202.

⁵⁸ Singgih Santoso, *Statistika Multivariat*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 46.

⁵⁹ Singgih Santoso, *Mahir Statistika Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), 195.

⁶⁰ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial*, (Jakarta: Grasindo, 2007), 97.

hasilnya tetap, maka dapat disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka heteroskedastisitas.⁶¹

Dalam menguji heteroskedastisitas peneliti menggunakan uji glejser. Uji glejser adalah uji dengan cara meregresikan variabel-variabel bebas terhadap variabel varians residual. Untuk kriteria penarikan kesimpulannya ialah apabila nilai t dengan probabilitasnya menghasilkan $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadilah heteroskedastisitas.⁶²

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Dengan kata lain, nilai residual akan tidak berkorelasi satu dengan yang lainnya. Apabila nantinya terdapat korelasi maka disebut sebagai problem autokorelasi. Dan uji mengujinya menggunakan uji Darbin-Watson. Untuk pengambilan keputusannya sebagai berikut:⁶³

- 1) $DU \leq DW \leq (4 - DU)$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) $DW \leq DL$ atau $DW \geq (4-DL)$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 3) $DL \leq DW \leq DU$ atau $(4-DU) \leq DW \leq (4-DL)$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada analisis ini hanya dapat digunakan untuk menguji satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Adapun kegunaan pada uji ialah untuk memprediksi variabel terikat, apabila variabel bebas diketahui. Rumus untuk persamaan

⁶¹ Singgih Santoso, *Mahir Statistika Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), 199.

⁶² Irfan Azuar Juliandri, Saprinan Mnurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Teori dan Aplikasi*, (Medan: Umsu Press, 2014), 162.

⁶³ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistka Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: WADE Group, 2016), 94.

regresi linear sederhana adalah sebagai berikut: ⁶⁴

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a dan b = konstanta

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis dengan mencari pola hubungan antar satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas.⁶⁵ Pada penelitian ini terdiri dari satu variabel terikat dan dua variabel bebas. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

X₁ = variabel bebas pertama

X₂ = variabel bebas kedua

α , b₁, dan b₂ = konstanta

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Untuk melihat apakah terdapat pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen maka digunakan uji t. Dalam regresi linear ini dapat dilakukan karena setiap variabel independen akan berpengaruh berbeda setiap modelnya.⁶⁶ Adapun hipotesis yang dapat digunakan ialah:

- 1) H₀ : Kualitas informasi *website* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

⁶⁴ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 379.

⁶⁵ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 176.

⁶⁶ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi dan Penerapannya*, (Jakarta: Kencana, 2016), 96.

H_1 : Kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

- 2) H_0 : Ketanggapan pelayanan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H_2 : Ketanggapan pelayanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Untuk dasar pengambilan keputusan pada uji t ialah: ⁶⁷

- 1) Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

b. Uji F

Pada uji ini akan terlihat apakah variabel independen secara keseluruhan akan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila hasilnya signifikan, maka dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang berlaku untuk populasi.⁶⁸ Untuk hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H_3 : kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Untuk dasar pengambilan pada uji F ini adalah sebagai berikut:⁶⁹

- 1) Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah proporsi dalam suatu data yang dihitung berdasarkan model statistik. Atau dapat diartikan dengan seberapa besar

⁶⁷ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015), 162.

⁶⁸ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi dan Penerapannya*, (Jakarta: Kencana, 2016), 96.

⁶⁹ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015), 164..

variabel independen menentukan tingkat variabel respon variabel dependen dalam satu model. Untuk nilai koefisien determinasi berganda adalah $0 \leq R^2 \leq 1$. Apabila nilai $R^2 = 1$ maka model yang dihasilkan mampu menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. Namun, jika $R^2 = 0$, maka tidak terjadi hubungan antara variabel X dengan Y. Semakin dekat nilai R^2 dengan 1, maka semakin baik pula tingkat kecocokan model dengan data yang diolah.⁷⁰

Perhitungan untuk koefisien determinasi adalah sebagai berikut:⁷¹

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Dimana:

$R^2 \rightarrow$ Koefisien determinasi atau proporsi keragaman atau variabilitas total disekitar nilai tengah y yang dapat dijelaskan oleh model regresi (biasanya dinyatakan dalam prosentase)

Untuk regresi linear sederhana berlaku:

$$R = r_{xy} = (\text{tanda } b_1) \sqrt{R^2}$$

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat yang digunakan pedoman:⁷²

Tabel 3.1
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800-1,000	Sangat Kuat
0,600-0,799	Kuat
0,400-0,599	Cukup Kuat
0,200-0,399	Rendah
0,000-1,999	Sangat Rendah

⁷⁰ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi dan Penerapannya*, (Jakarta: Kencana, 2016),96.

⁷¹ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 133.

⁷² Ibid., 94.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BSI KCP Ponorogo

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai salah satu Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, dan memiliki potensi menjadi Negara yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Faktor penting yang harus dilakukan untuk mengembangkan ekosistem industry halal ialah dengan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat. Termasuk di dalamnya ialah Bank Syariah.

Bank Syariah juga memainkan peranan penting sebagai fasilitator dalam ekosistem industri halal. Berbagai inovasi terus dilakukan untuk mencapai percepatan perkembangan dalam perbankan syariah. Salah satunya dengan adanya korporasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Bergabungnya ketiga bank BUMN ini pada 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi sejarah ketiga Bank BUMN menjadi satu entitas menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga nantinya menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Hal ini juga mendapatkan dukungan dari perusahaan induk (Mandiri, BNI, dan BRI) dan juga dukungan dari pemerintah. Penggabungan ketiga bank ini, diharapkan mampu memberikan energi baru dalam pembangunan ekonomi dan berkontribusi dalam mensejahterakan lebih banyak masyarakat.

a. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

BSI KCP Ponorogo berdiri sejak bulan Juli tahun 2013. Akan tetapi masih belum berfungsi secara operasional. Pada bulan September 2013, bank ini mulai beroperasi dan resmi berdiri sebagai lembaga keuangan syariah di Ponorogo. BSI Syariah KCP Ponorogo ini beralamat di Jl. Soekarno Hatta No. 2B, Bangunsari, Kec. Ponorogo. Adapun visi dari BSI adalah

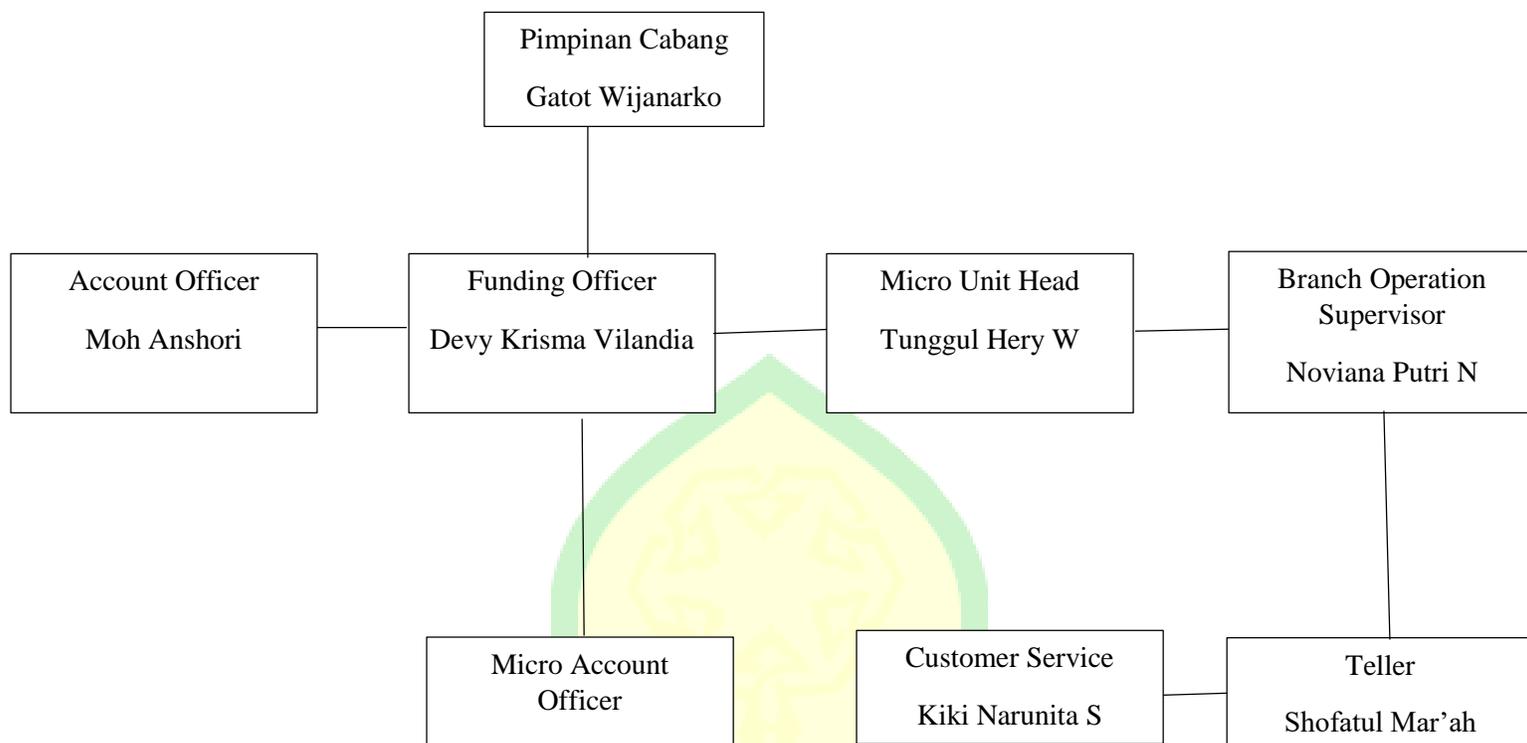
menciptakan bank syariah yang mampu masuk dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan. Sedangkan untuk misi BSI ialah:

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB > 2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

b. Struktur Organisasi

Dalam menjalankan operasiona maka diperlukan adanya strktur kepengurusan yang gunanya membantu menjalankan operasional. Di BSI KCP Ponorogo sendiri memiliki beberapa jabatan yaitu, pimpinan cabang, *account officer*, *funding officer*, *micro unit head*, *branch operation supervisor*, *micro account officer* dan *customer services*. Berikut struktur kepengurusan di BSI KCP Ponorogo:





Gambar 4.1
Struktur Organisasi BSI Syariah KCP Ponorogo

c. Produk-produk BSI KCP Ponorogo

1. Penghimpunan Dana

Produk-produk dalam penghimpunan dana di BSI KCP Ponorogo terdiri dari:⁷³

- a) BSI Tabungan Valas
Produk tabungan dari BSI dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank.
- b) BSI Tabungan Haji Indonesia
Merupakan produk simpanan yang menggunakan akad bagi hasil sesuai prinsip Syariah khusus bagi calon Haji yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).

⁷³ www.bankbsi.co.id

c) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

d) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem autodebet dan mendapat perlindungan asuransi.

e) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dgn limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur *free* biaya RTGS, transfer SKN & setoran kliring masuk melalui Teller dan *Net Banking*.

f) BSI TabunganKu

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

g) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah diperuntukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank.

h) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan Efek Syariah dengan akad Mudharabah Muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal.

i) BSI Tabungan Smart

Basic Saving Account dengan akad Wadiah Yad Dhamanah merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

j) BSI Tabungan Prima

Produk tabungan yang diperuntukan bagi segmen nasabah *high networth individuals* berakad Mudharabah dan Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan.

k) BSI Tapenas Kolektif

Tabungan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang untuk karyawan atau tenaga kontrak pada suatu institusi berdasarkan suatu Perjanjian Kerjasama.

l) BSI Tabungan Payroll

Tabungan Khusus merupakan produk turunan dari Tab Wadiah/Mudharabah Reguler yang dikhususkan untuk Nasabah *Payroll* dan Nasabah Migran.

2. Penyaluran Dana

Selain sebagai pengimpunan dana, BSI KCP Ponorogo juga memiliki peran dalam penyaluran dana yang meliputi:

a) BSI Griya

BSI Griya membantu nasabah dalam mewujudkan rumah idaman nasabah.

b) BSI Multiguna Hasanah

Fasilitas dalam pembiayaan konsumtif untuk pembelian barang kebutuhan konsumtif, pembelian manfaat jasa, dan pengalihan atau pemindahan utang pembiayaan konsumtif di lembaga keuangan lain yang memiliki *underlying asset*.

c) BSI OTO

Jenis pembiayaan yang menggunakan akad jual beli yang diberikan kepada nasabah yang menginginkan kepemilikan mobil dari BSI Syariah.

d) BSI Pensiun Berkah

Pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiunan bulanan, seperti:

- 1) Pensiunan ASN dan Pensiunan Janda ASN
- 2) Pensiunan BUMN/BUMD
- 3) Pensiunan dan Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum memasuki TMT Pensiun namun telah menerima SK Pensiun.

e) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)

Pembiayaan untuk tujuan konsumtif maupun produktif yang menggunakan akad Murabahah/ Musyarakah Mutanaqishah/ Ijarah dengan agunan berupa emas yang diikat dengan akad rahn, dimana emas yang diagunkan disimpan oleh Bank selama jangka waktu tertentu.

f) BSI Distributor Financing

Pembiayaan Modal Kerja dengan skema *Value Chain* adalah pembiayaan *post Financing* (dana talangan untuk membayar terlebih dahulu *invoice* atas pekerjaan yang telah selesai) yang diberikan kepada supplier yang merupakan *Supplier* Khusus yang mengerjakan kontrak pekerjaan dengan *bouwheer*, dimana sumber pengembalian pembiayaan adalah pembayaran *invoice* dari *bouwheer*.

g) BSI KPR Sejahtera

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hunian subsidi pemerintah dengan prinsip syariah.

h) BSI Cash Collateral

Fasilitas pembiayaan yang dijamin dengan agunan likuid, yaitu dijamin dengan Simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, atau Tabungan.

i) BSI KUR Kecil

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 50 Juta s.d Rp. 500 Juta.

3. Produk Layanan Syariah

Untuk membantu nasabah bertransaksi menggunakan BSI maka disediakan layanan elektronik antara lain:⁷⁴

a) SMS Banking

SMS Banking adalah transaksi perbankan yang dengan mengetik SMS dan mengirimkan ke 3338 maka transaksi perbankan sudah bisa diakses. SMS Banking merupakan fasilitas bagi para nasabah yang memiliki tabungan BSI dengan tujuan untuk mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi mengisi ulang pulsa, membayar tagihan, transfer, pembayaran zakat, infaq dan sodaqoh.

b) Mobile Banking

BSI *Mobile* merupakan suatu layanan yang membantu para nasabah memperoleh layanan perbankan dan melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan perangkat *mobile* seperti telepon seluler dengan menggunakan media menu pada aplikasi BSI *Mobile* dengan menggunakan internet pada telepon yang idkombinasikan dengan SMS secara aman dan mudah.

c) *Internet Banking*

Internet banking adalah fasilitas bertransaksi perbankan menggunakan jaringan internet yang dapat diakses 24 jam. Dapat menggunakan *personal computer*, *leptop*, *notebook* atau *smartphone*. *Internet Banking* juga akan memberikan

⁷⁴ www.bankbsi.co.id

kemudahan, kepraktisan, kemanan bagi nasabah yang melakukan transaksi secara online.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu pernyataan sejauhmana data yang telah ditampung peneliti pada kuesioner apakah sudah dapat diukur. Untuk mengetahui pernyataan yang diajukan ke responden sudah valid atau belum maka peneliti melakukan *pra-test* kuesioner kepada nasabah pengguna *mobile banking* di BSI Syariah KCP Ponorogo sebanyak 97 responden pada bulan Februari sampai Maret 2022. Pada uji validitas ini menggunakan korelasi *product moment* yang dibantu menggunakan IBM SPSS 24.0.

Adapun kriteria yang akan digunakan untuk mengukur valid atau tidak valid suatu instrumen dengan menggunakan r_{tabel} . Apabila semakin besar r_{hitung} atau jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item pernyataan dinyatakan valid. Karena data yang digunakan pada uji validitas 97 responden, maka r_{tabel} yang digunakan ialah 0,1996.

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi Website (X1)

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,450	0,199	Valid
2	0,681	0,199	Valid
3	0,843	0,199	Valid
4	0,753	0,199	Valid
5	0,702	0,199	Valid
6	0,477	0,199	Valid

Dari hasil uji validitas diatas diketahui bahwa 6 item pertanyaan pada variabel kualitas informasi *website* (X1) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,199. Maka dapat disimpulkan bahwa 6 item pernyataan diatas valid dan dapat digunakan untuk melakukan

penelitian.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Ketanggapan Pelayanan (X2)

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,294	0,199	Valid
2	0,538	0,199	Valid
3	0,682	0,199	Valid
4	0,672	0,199	Valid
5	0,543	0,199	Valid
6	0,353	0,199	Valid

Dari tabel diatas diketahui bahwa 6 item pada ketanggapan pelayanan (X2) dikatakan valid karena rhitung > rtabel dengan nilai rtabel yaitu 0,199. Maka 6 item yang diatas dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

No Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0,296	0,199	Valid
2	0,717	0,199	Valid
3	0,735	0,199	Valid
4	0,748	0,199	Valid
5	0,716	0,199	Valid
6	0,410	0,199	Valid

Dari hasil uji diatas bahwa 6 item pada variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid dengan rhitung > rtabel dengan nilai rtabel yaitu 0,199. Dan 6 item pernyataan yang valid di atas akan digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keakuratan atau ketelitian suatu

instrument. Reliabilitas menunjukkan apakah instrument masih konsisten memberikan hasil yang sama pada waktu yang lain. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *alpha cronbach*.

Metode pengumpulan keputusan pada uji ini menggunakan batasan 0,6. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *software* IBM SPSS 24.0.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Informasi Website
(X1)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Informasi Website (X1)	.715	6	Reliabel

Dari tabel 4.4 diketahui untuk nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,715 > 0,6. Maka dapat disimpulkan 6 item pernyataan pada variabel kualitas informasi *website* (X1) reliabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Ketanggapan Pelayanan (X2)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Ketanggapan Pelayanan (X2)	.758	6	Reliabel

Dari tabel 4.5 diketahui untuk nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,758 > 0,6. Maka dapat disimpulkan 6 item pernyataan pada variabel ketanggapan pelayanan (X2) reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
----------	------------------	------------	------------

Kepuasan Nasabah (Y)	.642	6	Reliabel
----------------------	------	---	----------

Dari tabel 4.6 diketahui untuk nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,642 > 0,6. Maka dapat disimpulkan 6 item pernyataan pada variabel kepuasan nasabah (Y) reliabel.

C. Hasil Analisis Deskriptif

1. Deskripsi Responden

Populasi pada penelitian ini ialah nasabah para pengguna *mobile banking* di BSI Syariah KCP Ponorogo. Adapun jumlah untuk sampelnya sebanyak 97 responden. Setiap responden diberikan pernyataan yang dijawab melalui *google form*. Dalam penelitian ini, untuk mempermudah mengidentifikasi responden maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Data responden yang digunakan ialah jenis kelamin, usia dan pekerjaan responden. Adapun gambaran karakteristik para nasabah ialah:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN		
	FREKUENSI	PERSENTASE
LAKI-LAKI	29	29,9
PEREMPUAN	68	70,1
TOTAL	97	100,0

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa jumlah respon adaah 97 responden. Untuk jumlah responden laki-laki 29 responden atau 29,9%, sedangkan untuk responden perempuan 68 responden atau 70,1%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan *mobile banking* di BSI Syariah KCP Ponorogo yaitu perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

USIA		
	FREKUENSI	PERSENTASE
20-29 tahun	47	48,5
30-39 tahun	32	33,0
40-49 tahun	18	18,6
TOTAL	97	100,0

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa 97 responden, terdapat responden dengan usia 20-29 tahun sebanyak 47 responden atau 48,5%, usia 30-39 tahun sebanyak 32 responden atau 33%, dan usia 40-49 tahun 18 responden atau 18,6%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan mobile banking di BSI KCP Ponorogo berusia 20-29 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN		
	FREKUENSI	PERSENTASE
PELAJAR	8	8,2
MAHASISWA	76	78,4
PEGAWAI SWASTA	10	10,3
LAINNYA	3	3,1
TOTAL	97	100,0

Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa dari 97 respon yang ada, jumlah responden yang memiliki pekerjaan pelajar hanya 8 responden atau 8,2%, mahasiswa 76 responden atau 78,4%, pegawai swasta 10 responden atau 10,3%, dan lainnya sebanyak 3 responden atau 3,1%. Hal ini menunjukkan bahwa dari sebagian besar nasabah yang

menggunakan mobile banking di BSI KCP Ponorogo ialah mahasiswa.

2. Deskripsi Data Variabel

Data hasil penelitian terdiri dari dua variabel bebas yakni variabel kualitas informasi *website* (X1) dan ketanggapan pelayanan (X2) serta kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (Y). Pada bagian ini menggambarkan data-data variabel yang telah diolah berupa nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Berikut ini adalah rincian untuk hasil pengolahan yang telah dilakukan.

Tabel 4.10
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Informasi Website	97	14.00	24.00	19.8041	1.96659
Ketanggapan Pelayanan	97	18.00	24.00	21.0103	1.62977
Kepuasan Nasabah	97	14.00	23.00	19.5773	1.70682
Valid N (listwise)	97				

Berdasarkan informasi diatas untuk data hasil penelitian ini dikategorikan menjadi tiga kelompok yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Pengkategorian ini didasarkan pada nilai rerata-dan standar deviasi. Hasil kategorisasinya adalah:

a. Kualitas Informasi Website

Berasarkan hasil uji statistik deskriptif di tabel 4.10 diketahui bahwa variabel kualitas informasi *website* memiliki nilai minimum sebesar 14 dan maksimum 24. Nilai rata-rata sebesar 19,80 dan standar deviasi 1,96. Selanjutnya data kualitas informasi *website* dikategorikan dengan menggunakan nilai rerata (M) dan standar deviasi (SD). Kategorisasi untuk variabel kualitas informasi *website* disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.11
Kategorisasi Variabel Kualitas Informasi Website

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Presentase (%)
SANGAT RENDAH	$55 < X \leq 59$	9	8,9%
RENDAH	$X < 55$	21	22,3%
SEDANG	$59 < X \leq 62$	39	39,8%
TINGGI	$62 < X \leq 66$	27	27,9%
SANGAT TINGGI	$X > 66$	1	2,1%
JUMLAH		97	100%

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa responden yang telah memberikan penilaian terhadap variabel kualitas informasi *website* dalam kategori sangat rendah sebanyak 9 orang (8,9%), kategori rendah sebanyak 21 orang (22,3%), kategori sedang sebanyak 39 orang (39,8%), kategori tinggi sebanyak 27,9 orang (27%), dan kategori sangat tinggi sebanyak 1 orang (2,1%).

b. Ketanggapan Pelayanan

Dari hasil uji statistik deskriptif di tabel 4.10 dapat diketahui bahwa variabel ketanggapan pelayanan memiliki nilai minimum 18 dan maksimum 24. Nilai rata-rata sebesar 21.0103 dan standar deviasi sebesar 1.62977. Selanjutnya data ketanggapan pelayanan dikategorikan dengan menggunakan nilai rerata (M) dan standar deviasi (SD). Untuk kategorisasi variabel ketanggapan pelayanan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Kategorisasi Ketanggapan Pelayanan

Kategorisasi	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat	$52 < X \leq 57$	11	10,6%

Rendah			
Rendah	$X < 52$	12	12,7%
Sedang	$57 < X \leq 61$	48	48,3%
Tinggi	$61 < X \leq 65$	20	22,3%
Sangat Tinggi	$X > 65$	6	6,1%
Jumlah		97	100%

Dari tabel 4.12 diketahui bahwa responden yang telah memberikan penilaian terhadap variabel ketanggapan pelayanan dalam kategori sangat rendah sebanyak 11 orang (10,6%), kategori rendah 12 orang (12,7%), kategori sedang 48 orang (48,3%), kategori tinggi sebanyak 20 orang (22,3%), dan kategori sangat tinggi sebanyak 6 orang (6,1%).

c. Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik yang ada di tabel 1.10 dapat diketahui bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki nilai minimum 14 dan maksimum 23. Nilai rata-rata sebesar 19,5773 dan standar deviasinya 1,70682 dan artinya data kurang bervariasi karena memiliki standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata. Selanjutnya data kepuasan nasabah dikategorikan dengan menggunakan nilai rerata (M) dan standar deviasi (SD). Kategorisasi untuk variabel kepuasan nasabah disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13

Kategorisasi Variabel Kepuasan Nasabah

Kategori	Interval	Frekuensi	Presentase
Sangat Rendah	$56 < X \leq 60$	14	14,2%

Rendah	$X \leq 56$	16	17,8%
Sedang	$60 < X \leq 64$	33	34,5%
Tinggi	$64 < X \leq 68$	26	25,5%
Sangat Tinggi	$X > 68$	8	8,1%
Jumlah		97	100%

Dari tabel 4.13 di atas diketahui bahwa responden dalam memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan nasabah dalam kategori sangat rendah sebanyak 14 orang (14,2%), kategori rendah sebanyak 16 orang (17,8%), kategori sedang sebanyak 33 orang (34,5%), kategori tinggi sebanyak 26 orang (25,5%), dan kategori sangat tinggi sebanyak 8 orang (8,1%).

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, nilai residu dari regresinya berdistribusi normal. Jika distribusi dari nilai residual tidak dapat dianggap berdistribusi normal. Pada penelitian ini, digunakan uji statistika menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Adapun kriteria penarikan kesimpulannya ialah:⁷⁵

- 1) Nilai signifikan apabila $> 0,05$ maka berdistribusi normal.
- 2) Nilai signifikan apabila $< 0,05$ maka tidak berdistribusi normal.

⁷⁵ Singgih Santoso, *Statistika Multivariat*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 46.

Tabel 4.14
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61603672
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dari tabel 4.14 diatas dapat diketahui nilai signifikansi sebesar $0,06 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Adapun hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : tidak terdapat korelasi antar variabel independen (tidak terjadi multikolinieritas)

H_1 : terdapat korelasi antar variabel ndependen (terjadi kasus multikolonieritas)

Untuk mengetahui apakah terdapat masalah multikolinieritas atau tidak dapat menggunakan nilai *Variance Ifation Factory* (VIF). Apabila VIF kurang dari 10 maka tidak

terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.732	2.657		5.921	.000		
	Kualitas informasi website	.276	.085	.318	3.247	.002	.997	1.004
	Ketanggapan Pelayanan	-.077	.102	-.073	-.750	.455	.997	1.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel tabel 4.15 diketahui bahwa variabel kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan memiliki nilai VIF sebesar $1,004 < 10$, maka H_0 diterima dan artinya persamaan regresi linear berganda tidak terjadi kasus multikolinieritas. Dan artinya asumsi non multikolinieritas telah terpenuhi.

a. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam satu model regresi. Apabila varians residual hasilnya tetap, maka dapat disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda maka heteroskedastisitas.

Dalam menguji heteroskedastisitas peneliti menggunakan uji glejser. Uji glejser adalah uji dengan cara meregresikan variabel-variabel bebas terhadap variabel varians residual. Untuk kriteria penarikan kesimpulannya ialah apabila nilai t dengan probabilitasnya menghasilkan $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadilah heteroskedastisitas. Hipotesis yang akan digunakan ialah:

- 1) Varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas).

2) Varian residual tidak homogen (terjadi kasus heteroskedastisitas).

Apabila nilai signifikan semua variabel independen $> 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas).

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.434	1.598		.271	.787		
	Kualitas Informasi Website	.060	.051	.121	1.178	.242	.997	1.004
	Ketanggapan Pelayanan	-.016	.062	-.027	-.267	.790	.997	1.004

a. Dependent Variable: Abs_RES

Dari tabel 4.16 diketahui bahwa variabel kualitas informasi website nilai sig = $0,242 > 0,05$ dan ketanggapan pelayanan nilai sig = $0,790 > 0,05$. Hal ini berarti H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa varian residual homogeny (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas) sehingga asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah uji untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Dengan kata lain, nilai residual akan tidak berkorelasi satu dengan yang lainnya. Apabila nantinya terdapat korelasi maka disebut sebagai problem autokorelasi. Dan uji mengujinya menggunakan uji Durbin-Watson.

Nilai DU dan DL dapat diperoleh dengan melihat tabel Durbin Watson. Dalam tinjauan ini, jumlah faktor bebas yang digunakan adalah 2 dengan 97 informasi, jadi $k = 2$ dan $n = 97$. Dengan menggunakan laju kesalahan 5%, kualitas du = 1,712 dan dl = 1,628. Hasil perhitungannya

sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Aurokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.322 ^a	.104	.084	1.633	1.919
a. Predictors: (Constant), Ketanggapan Pelayanan, Kualitas Informasi					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Berdasarkan tabel 4.17 dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson yang diperoleh dari regresi adalah sebesar 1,919. Oleh karena itu apabila $1,712 \leq 1,919 \leq 2,288$ ($DU \leq DW \leq (4 - DU)$), maka H_0 diterima. Dan artinya tidak tercapai autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi telah terpenuhi.

2. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan hanya untuk untuk satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Rumus persamaan regresi linear adalah sebagai berikut:⁷⁶

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a dan b = konstanta

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X1 dan Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

⁷⁶ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 379.

1	(Constant)	14.192	1.683		8.433	.000
	Kualitas Informasi Website	.272	.085	.313	3.216	.002

Dari tabel 4.18 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 14,192 + 0,272X$$

Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 14,192 menunjukkan bahwa apabila variabel independen kualitas informasi website nol atau tidak ada, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 14,192 satuan.

Konstanta (b_1) Untuk Variabel X1 (Kualitas Informasi Website)

Besarnya nilai koefisien regresi sebesar 0,272. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan akan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas informasi *website* dan kepuasan nasabah. Apabila kualitas informasi *website* ditingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,272 dan artinya kualitas informasi website dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,272 satuan.

Tabel 4.19
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X2 dan Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.778	2.261		9.191	.000
	Ketanggapan Pelayanan	.457	.107	-.055	-.533	.595

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel 4.19 maka dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,778 + 0,457X$$

Konstanta (b₀)

Nilai konstanta sebesar 8,778 menunjukkan apabila variabel independen ketanggapan pelayanan nol atau tidak ada, maka kepuasan nasabah sebesar 8,778 satuan.

Konstanta (b₁) Untuk Variabel X₂ (Ketanggapan Pelayanan)

Besarnya nilai koefisien regresi sebesar 0,457. Nilai (b₁) yang positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel ketanggapan pelayanan dengan kepuasan nasabah. Jika ketanggapan pelayanan dinaikkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Nilai koefisien regresi (b₁) sebesar 0,457 artinya jika ketanggapan pelayanan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,457 satuan.

3. Analisis Regresi Linear Ganda

Analisis regresi linier ganda adalah analisis dengan mencari pola hubungan antar satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas. Untuk rumus yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

X₁ = variabel bebas pertama

X₂ = variabel bebas kedua

α, b₁, dan b₂ = konstanta

Tabel 4.20
Hasil Estimasi Koefisien Regresi Linier Ganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.732	2.657		5.921	.000
	Kualitas Informasi Website	.276	.085	.318	3.247	.002
	Ketanggapan Pelayana n	.477	.102	-.073	-.750	.455

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pada Tabel 4.20 dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,732 + 0,276X_1 + 0,477 X_2$$

Konstanta (b₀)

Nilai konstanta sebesar 15,732 menunjukkan bahwa jika variabel independen kualitas informasi website dan ketanggapan pelayanan nol atau tidak ada, maka kepuasan nasabah sebesar 15,732 satuan.

Konstanta (b₁) Untuk Variabel X₁ (Kualitas Informasi Website)

Besarnya nilai koefisien regresi sebesar 0,276. Nilai yang positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas informasi *website* dengan kepuasan nasabah. Jika kualitas informasi *website* dinaikkan maka kepuasan juga akan meningkat. Nilai koefisien regresi (b₁) sebesar 0,276 dan artinya jika kualitas informasi website dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan akan naik 0,276 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Konstanta (b₂) Untuk Variabel X₂ (Ketanggapan Pelayanan)

Nilai koefisien regresi sebesar 0,477. Nilai (b₂) yang positif menunjukkan bahwa adanya hubungan yang searah antara variabel ketanggapan pelayanan dengan kepuasan nasabah. Apabila

ketanggapan pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah meningkat. Nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 0,477 dan artinya jika ketanggapan pelayanan dinaikkan sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,477 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah seberapa besar variabel independen X menentukan tingkat variabel respon Y. Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi dilakukan dengan dua macam, yaitu uji koefisien determinasi secara individu dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dan uji koefisien determinasi dari seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

a. Kualitas informasi website (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Hasil pengujian koefisien determinasi untuk variabel kualitas informasi *website* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y), yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.21

Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 terhadap Y

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.313 ^a	.098	.089	1.629	1.933
a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi Website					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Dilihat dari tabel 4.21 diatas, diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,313 dan menunjukkan bahwa hubungan kualitas informasi website terhadap kepuasan nasabah tergolong kuat. Nilai *R Square* yang diperoleh

sebesar 0,098 yang artinya memiliki bahwa pengaruh kualitas informasi *website* dan kepuasan nasabah sebesar $0,098 = 9,8\%$ dan sisanya $90,2\%$ dipengaruhi oleh faktor yang lainnya.

b. Ketanggapan pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Hasil pengujian koefisien determinasi untuk variabel ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22

Hasil Uji Koefisien Determinasi X2 terhadap Y

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 ^a	.353	.368	1.713
a. Predictors: (Constant), Ketanggapan Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Berdasarkan tabel 4.22 diatas diketahui bahwa nilai R yang diperoleh adalah 0,455, ini menunjukkan bahwa hubungan ketanggapan pelayanan dan kepuasan nasabah tergolong kuat. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,353 dan memiliki arti bahwa pengaruh ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,353 = 35,3\%$ dan sisanya $64,7\%$ dipengaruhi oleh faktor yang lainnya.

c. Kualitas informasi website (X1) dan ketanggapan pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Untuk hasil pengujian koefisien determinasi pada variabel kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.23
Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 dan X2 terhadap Y

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.322 ^a	.104	.084	1.633	1.919
a. Predictors: (Constant), Kualitas informasi website, ketanggapan pelayanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah					

Dari tabel 4.23 diatas diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,322 yang menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah tergolong kuat. Nilai R Square yang diperoleh adalah 0,104 yang memiliki arti bahwa pengaruh kualitas informasi website dan ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,104 = 10,4\%$ dan sisanya 89,6% dipengaruhi oleh faktor lain selain X1 dan X2 yang tidak termasuk ke model.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Untuk melihat apakah terdapat pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen maka digunakan uji t.

Dalam regresi linear ini dapat dilakukan karena setiap variabel independen akan berpengaruh berbeda setiap modelnya.⁷⁷

Adapun hipotesis yang dapat digunakan ialah:

- 1) H_0 : Kualitas informasi *website* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H_1 : Kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan

⁷⁷ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi dan Penerapannya*, (Jakarta: Kencana, 2016), 96.

terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

- 2) H_0 : Ketanggapan pelayanan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H_2 : Ketanggapan pelayanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Untuk dasar pengambilan keputusan pada uji t ialah:

- 1) Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.24

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.732	2.657		5.921	.000
	X1	.276	.085	.318	3.247	.002
	X2	.177	.102	.173	.750	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel 4.24 diatas maka dapat diketahui hasil uji t sebagai berikut:

- 1) Pengujian pengaruh antara variabel X1 terhadap variabel Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 0,276 memiliki arti X1 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah

pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

- 2) Pengujian antara variabel X2 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), sehingga dapat dikatakan H_0 ditolak. Kemudian kesimpulannya ialah ketanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 0,177 yang memiliki arti X2 mempunyai arah yang positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah antara variabel independen dengan variabel dependen berpengaruh signifikan. Adapun hipotesisnya ialah:

H_0 : kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

H_3 : kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

Untuk dasar pengambilan pada uji F ini adalah sebagai berikut:⁷⁸

- 1) Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.25

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.959	2	14.479	5.429	.006 ^b
	Residual	250.711	94	2.667		
	Total	279.670	96			

⁷⁸ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015), 164..

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), Ketanggapan pelayanan, kualitas informasi website

Berdasarkan tabel 4.25 di atas, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan yang diperoleh yaitu $0,006 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Informasi Website Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi kualitas informasi *website* terhadap kepuasan nasabah pada tabel 4.21 diperoleh nilai R Square sebesar 0,313. Hal ini memiliki arti bahwa pengaruh kualitas informasi *website* terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,313 = 31,3\%$ dan sisanya $64,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.24 diperoleh nilai signifikansi dari variabel kualitas informasi *website* sebesar $0,002 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha = 5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Nilai koefisien regresi variabel kualitas informasi *website* 0,276. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas informasi *website* dengan kepuasan nasabah. Jika kualitas informasi *website* ditingkatkan maka kepuasan nasabah juga meningkat.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurma Yunita dengan judul penelitian yaitu Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan *Website* Bank Syariah.

Menunjukkan bahwa dari hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 8,647 dengan nilai sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} 2,004 dan nilai sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi *website* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷⁹

Menurut Tata Sutabri, kualitas informasi meliputi hal-hal seperti informasi yang akurat, informasi yang bisa dipercaya, informasi yang *up to date* atau terbaru, informasi yang sesuai dengan topik yang dibahas, informasi yang mudah dimengerti, informasi yang sangat detail dan mendalam, dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai.⁸⁰

Dalam penelitian terdahulu, Rizki Widya Priyanga, Admaja Dwi Herlambang dan Niken Hedrakusuma Wardani meneliti Evaluasi Kualitas Kebergunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Pelayanan pada *Website*. Dalam penelitian tersebut Rizki Widya Priyanga, dkk membuktikan bahwa kualitas informasi pada *website* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas informasi pada *website*, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.⁸¹

2. Pengaruh Ketanggapan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabel 4.22 diperoleh R Square sebesar 0,353. Hal ini memiliki arti bahwa ketanggapan terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,353 = 35,3\%$ dan sisanya $64,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.20 diperoleh nilai

⁷⁹ Nurma Yunita, dkk, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan Website Bank Syariah Terhadap Perolehan Informasi Nasabah (Studi BNI Syariah Kota Bogor)*, (Bogor: Universitas Djuanda, 2020), 11.

⁸⁰ Tata Sutabri, *Analisa Sistem Informasi*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Andi, 2004), 9.

⁸¹ Rizki Widya Priyanga, Admaja Dwi Herlambang, dan Niken Hedrakusuma Wardani, *Evaluasi Kualitas Kebergunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Pelayanan Pada Website Dinas Pendidikan Menggunakan Metode Webqual dan Importance Performance Analysis*, (Bogor: Universitas Djuanda, 2018), 39.

signifikansi dari variabel ketanggapan pelayanan sebesar $0,004 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo. Nilai koefisien regresi variabel ketanggapan pelayanan sebesar 0,177. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara ketanggapan pelayanan dengan kepuasan nasabah. apabila ketanggapan pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Menurut Wahyu Febrianti dan Sri Widiyati, daya tanggap pelayanan juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam terwujudnya kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang sigap, cepat, dan sesuai dengan yang diinginkan.⁸²

Hasil penelitian Agus Budi Purwanto, Susanti Wahyuningsih (2010), menyatakan bahwa ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti bahwa semakin baik ketanggapan pelayanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah semakin merasa puas terhadap produk bank. Semakin puas seorang nasabah dalam mengkonsumsi suatu produk perbankan maka dapat dikatakan semakin berkualitas produk perbankan.⁸³

3. Pengaruh Kualitas Informasi Website dan Ketanggapan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi untuk variabel kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada tabel 4.23 diperoleh nilai R Square sebesar 0,104. Hal ini memiliki arti bahwa pengaruh kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar $0,104 = 10,4\%$ dan sisanya 89,6% dipengaruhi oleh faktor lain selain X1 dan X2 yang tidak masuk

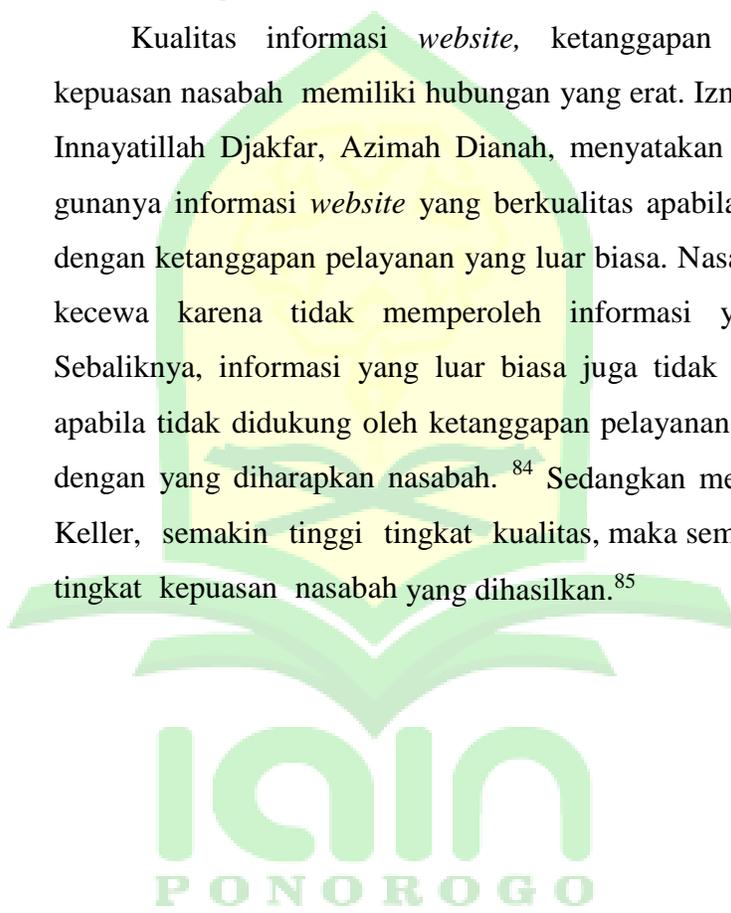
⁸² Wahyu Febrianti, dkk, *Analisis Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan Internet Banking pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Banyumanik Semarang*, (Semarang:Politeknik Negeri Semarang), 2019, 99.

⁸³ Agus Budi Purwanto, Susanti Wahyuningsih, *Pengaruh Kedisiplinan dan Ketanggapan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening* 2010, 78.

dalam model.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.25 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Ponorogo.

Kualitas informasi *website*, ketanggapan pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat. Izma Fazlun Jannah, Innayatillah Djakfar, Azimah Dianah, menyatakan bahwa tidak adanya informasi *website* yang berkualitas apabila tidak diimbangi dengan ketanggapan pelayanan yang luar biasa. Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh informasi yang berkualitas. Sebaliknya, informasi yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh ketanggapan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan nasabah.⁸⁴ Sedangkan menurut Kotler dan Keller, semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.⁸⁵



⁸⁴ Izma Fazlun Jannah, Innayatillah Djakfar, Azimah Dianah, *Pengaruh Kualitas Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh*, (Aceh: Universitas Teuku Umar, 2014), 89.

⁸⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis regresi linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel kualitas layanan *mobile banking* sebesar $0,002 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi *website* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Syariah KCP Ponorogo.
2. Ketanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang memperoleh nilai sig untuk variabel ketanggapan pelayanan sebesar $0,004 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Syariah KCP Ponorogo.
3. Kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang memperoleh nilai sig sebesar $0,006 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI Syariah KCP Ponorogo.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang sudah dilakukan maka diajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi BSI disarankan untuk terus berupaya menjaga dan mengembangkan kualitas informasi *website* dan ketanggapan pelayanan, sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah secara maksimal.

2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena dalam penelitian ini diketahui terdapat 89,6% faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agung, Anak Agung Putu, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Malang: UB Press, 2012.
- Eschar, Saban *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017)
- Ginjar, *Rahasia Membangun Website Toko Online Berpenghasilan Jutaan Rupiah*, (Bandung: Iffahmedia, 2014).
- Irfan, Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU Press, 2014).
- Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
- , *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2009).
- Kurniawan, Robert, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R* (Jakarta: Kencana, 2016).
- Lukmanul, Hakim, *Cara Mudah Memadukan Web Design dan Web Programming*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2004).
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001).
- Mulyaman, Rahman, *Birokrasi dan Pelayanan Publik*, (Jakarta: UNPAD Press, 2016).
- Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001)
- Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016).
- Purnomo, Rochmat Aldy, *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: WADE Group, 2016)
- Purwoto, Agus, *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial*, (Jakarta: Grasindo, 2007).
- Quadratullah, Mohammad Farhan, dalam *Statistika* (Yogyakarta: Suka Press, 2012).
- Rustanti, Ninik *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015).
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013).
- Santoso, Singgih, *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018).

----- . *Statistika Multivariat* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010).

Siregar, Syofian , *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017).

Sugiyono, dalam *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Sujarweni, V Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014).

Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011).

Supranto, J. *Statistik: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Erlangga, 2000).

Suryani, *Metode Riset Kuantitatif teori dan aplikasi*, (Jakarta : PrenadaMedia, 2015).

Sutabri, Tata, *Analisa Sistem Informasi*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Andi), 2004.

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008).

----- . *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: BPFE, 2006).

----- . *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Gramedia Cawang, 2014).

Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015).

Wulansari, Andhita Dessy, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016).

Yusmad, Muammar Arafat, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dar Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

Jurnal

Sanjaya, Imam, *Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian Kominfo Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0*, IPTEK KOM: Jurnal Penelitian (2012).

Skripsi

Febrianti, Wahyu, dkk, *Analisis Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Layanan Internet Banking pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Banyumanik Semarang*, (Semarang: Politeknik Negeri Semarang, 2019).

Purwanto, Agus Budi, *PENGARUH KEDISIPLINAN DAN KETANGGAPAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN KUALITAS PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA HOTEL DI KABUPATEN SEMARANG)*, (Semarang : STIE Pelita Nusantara Semarang, 2013).

Yunita, Nurma dkk, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan Website Bank Syariah Terhadap Perolehan Informasi Nasabah (Studi BNI Syariah Kota Bogor)*, (Bogor: Universitas Djuanda, 2020).

Website

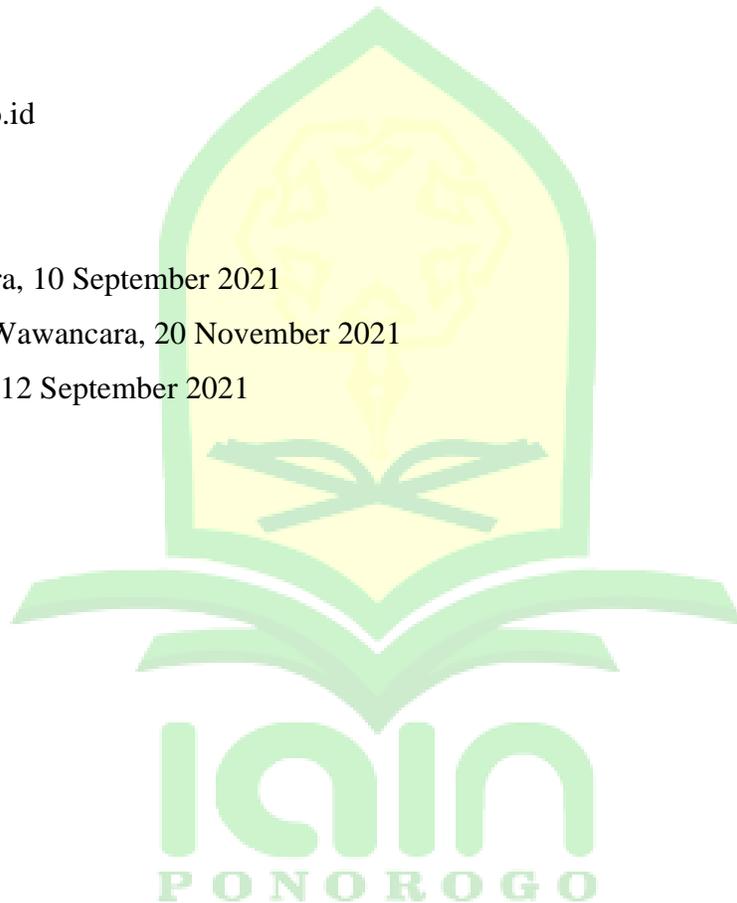
www.bsisyariah.co.id

Wawancara

Devina, Wawancara, 10 September 2021

Gatot Wijanarko, Wawancara, 20 November 2021

Rike, Wawancara, 12 September 2021



Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

A. KUISIONER

KUESIONER PENELITIAN DITUJUKAN UNTUK NASABAH BSI

PONOROGO

a. Tujuan Pengisian Kuesioner

Tujuan pengisian kuesioner ini adalah untuk mengukur pengaruh kualitas website dan ketanggapan pelayanan. Apakah berpengaruh atau tidak terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Ponorogo. Maka dari itu, penulis ingin mengetahui sudut pandang dari nasabah terkait hal tersebut.

b. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Bacalah dengan teliti setiap pernyataan.
2. Berilah tanda *check list* pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat anda.
3. Keterangan:

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

c. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Pekerjaan :
4. Usia :
5. Email :

KUALITAS INFORMASI WEBSITE

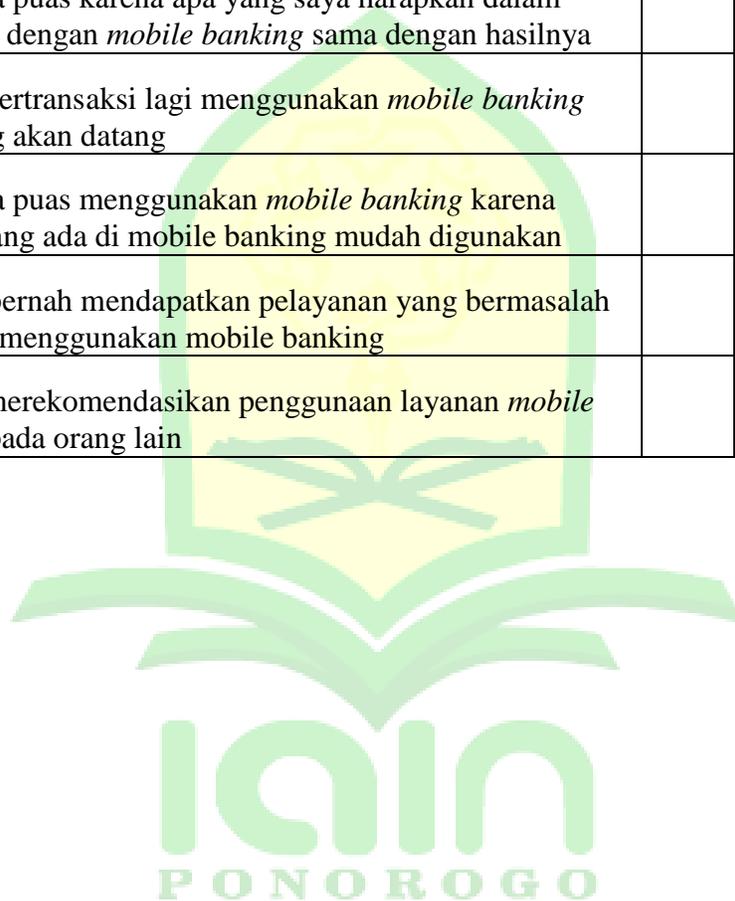
NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya rasa kualitas informasi <i>website</i> yang diberikan BSI sudah akurat.				
2	Saya rasa informasi <i>website</i> dalam layanan <i>mobile banking</i> mudah dipahami.				
3	Informasi <i>website</i> dalam <i>mobile banking</i> singkat, padat dan jelas.				
4	Saya merasa semakin yakin bertransaksi dengan <i>mobile banking</i> setelah membaca atau melihat informasi <i>website</i> .				
5	Saya rasa informasi <i>website</i> BSI membantu saya sebelum bertransaksi <i>mobile banking</i> .				
6	Informasi yang terdapat di <i>website</i> BSI menjadi rujukan yang terpercaya dan memberikan manfaat yang lebih.				

KETANGGAPAN PELAYANAN

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Pelayanan yang diberikan BSI dalam transaksi <i>mobile banking</i> sangat cepat				
2	Saya tidak pernah menunggu waktu lama untuk bertransaksi lewat <i>mobile banking</i>				
3	Karena ketanggapan pelayanan <i>mobile banking</i> saya dapat menghemat waktu				
4	Dengan bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> pekerjaan saya lebih efektif daripada sebelumnya				
5	Saya dapat melakukan transaksi perbankan menggunakan <i>mobile banking</i> kapan saja				
6	Saya merasa puas atas ketanggapan pelayanan <i>mobile banking</i> perbankan syariah				

KEPUASAN NASABAH

NO	PERNYATAAN	JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya tidak kecewa atas hasil bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i>				
2	Saya merasa puas karena apa yang saya harapkan dalam bertransaksi dengan <i>mobile banking</i> sama dengan hasilnya				
3	Saya akan bertransaksi lagi menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang				
4	Saya merasa puas menggunakan <i>mobile banking</i> karena fitur-fitur yang ada di <i>mobile banking</i> mudah digunakan				
5	Saya tidak pernah mendapatkan pelayanan yang bermasalah (<i>error</i>) saat menggunakan <i>mobile banking</i>				
6	Saya akan merekomendasikan penggunaan layanan <i>mobile banking</i> kepada orang lain				



Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian

Nama Responden	Kualitas Informasi Website	TOTAL					
Fika Aulia Pratiwi	3	3	3	2	3	3	17
Ima Imroatus	3	4	3	4	3	4	21
Marisa	4	3	3	3	3	4	20
Gea Rofiqoh	3	3	3	3	3	3	18
Lenia	3	3	3	3	3	3	18
Marfuatin	4	3	3	3	3	3	19
Miftahul Huda	4	3	4	4	3	4	22
Imelda	3	3	3	3	4	3	19
Indriana M.A	3	3	3	3	3	3	18
Luvia Aisyahara	3	3	3	3	3	3	18
Hilda Alifia Risma Putri	3	3	3	3	3	1	16
Roisa hadi	4	3	3	3	3	3	19
Gista Neli	3	4	3	3	4	4	21
Ardika setiawan	3	3	3	3	3	3	18
Intan putri laurenza	2	3	2	2	2	3	14
Linda Ayu Karisma	3	3	3	3	3	3	18
Andirahman	3	3	3	3	3	3	18
April	4	3	3	3	3	3	19
Finda indrian	4	3	3	3	3	3	19
Fera Rizqi Rahmawati	4	4	3	3	3	4	21
Erna	3	3	2	3	2	3	16
Intan Widiya	3	3	3	3	3	3	18
Hidayatul Mu'ammalah	3	3	3	3	3	3	18
Irma	3	4	3	3	3	3	19
Fahmi Nur F	4	3	3	3	4	2	19
Eva Yusfa	4	3	3	3	3	4	20
Dedy Dwi S	4	3	3	4	3	3	20
Adi Nugroho	4	3	3	3	3	3	19
Niko Admaja	3	3	3	4	3	3	19
Dea Istifa	3	4	4	4	4	3	22
Alfi Yulia Keshi	4	4	3	3	3	2	19

Sekar Putri	3	4	4	4	4	4	23
Rike Sistya	4	4	4	4	4	4	24
Stevani Natasha	4	3	3	3	3	3	19
Abdul Rojak	3	3	3	3	3	4	19
Dwi Rahayu	3	3	3	3	3	3	18
Agustin	4	3	3	3	2	3	18
Putra Anugrah	3	3	3	3	3	4	19
Melani Safitri	4	4	4	3	4	3	22
Dihin Widya	4	3	3	3	3	3	19
Atun Ika	4	4	4	4	3	3	22
Dina Wahidah	4	3	3	3	3	4	20
Salma Yunita	3	3	3	3	4	4	20
Siti Nurhaliza	3	4	4	4	4	3	22
Fifi Qoiriyah	4	4	4	4	4	3	23
Nova Al Furqon	3	3	3	3	3	4	19
Eko Purnomo	4	4	3	3	3	3	20
Rusmini	4	4	4	4	4	4	24
Difia Keni	4	3	3	3	3	3	19
Rosa Ramadhani	3	3	3	3	4	4	20
Ahmad Rozali	4	4	4	3	3	3	21
Aldi Putra	3	3	3	3	3	4	19
Risma Putri	3	3	3	3	3	4	19
Sofia Alfi	3	3	3	3	3	4	19
Milan Fatimah	3	3	3	4	4	4	21
Faisal	3	3	3	3	3	4	19
Banu Suharjo	4	4	4	4	3	3	22
Didik Budiono	3	3	3	3	3	3	18
Dewi Kusuma	4	4	4	4	3	3	22
Laras Istiqomah	3	3	3	3	3	4	19
Asih Apriliani	4	4	4	3	3	3	21
Putra Septian	3	4	4	4	4	4	23
Dwi Mahardika	3	3	3	3	3	4	19
Tawang Anugrah	4	3	3	3	3	3	19
Ita Noviani	3	4	3	3	3	3	19
Puput Ika Lestari	3	4	4	4	4	4	23
Wanda	4	4	3	3	3	3	20
Arfa Naufal	3	3	3	3	3	3	18
Herdina Wahyu	4	4	3	3	3	3	20
Kusumaning Tyas	4	4	4	4	4	4	24
Siti Kurniati	3	3	4	3	3	3	19
Putriana	4	4	4	4	4	4	24

Zahnara Fiky	3	4	4	3	4	4	22
Luqman Nur Hakim	3	4	4	4	3	4	22
Dian putri	3	3	3	4	4	4	21
Olivia safitri	3	3	3	3	3	3	18
Febriana	3	3	4	4	4	4	22
Ika Fatmawati	3	3	3	3	3	4	19
Anis Rohdlotul A	4	3	3	3	3	3	19
Nur Faizi	4	4	4	4	3	3	22
Reni Mulyani	3	3	4	4	4	4	22
Silfia Ayu Andini	3	3	3	4	3	3	19
Indra Subekti	3	4	2	3	3	3	18
Nurpitasari	3	3	3	3	3	3	18
Nita Ayu Puspitasari	3	3	3	3	4	4	20
Indah Melani	4	4	4	4	3	3	22
Wahyu Darmawan	3	3	3	3	3	4	19
Nazaskya Jihan	3	3	3	3	3	3	18
Rizki Permana	4	4	4	4	4	4	24
Bambang Wicaksono	4	4	4	3	4	4	23
Danang Saputro	3	3	3	3	3	2	17
Sriyatun	3	3	3	3	3	4	19
Trikusuma	4	4	4	3	3	3	21
Toni Bayu	3	3	3	3	3	3	18
Andri Irawan	3	4	3	3	3	3	19
Linda Agustin	3	3	3	4	3	4	20
Intan Safitri	3	3	3	3	3	4	19

Ketanggapan Pelayanan	TOTAL					
4	3	3	3	3	3	19
4	4	3	4	3	4	22
4	3	3	3	3	4	20
4	3	3	3	3	3	19
4	3	3	3	3	3	19
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	3	3	4	22
4	3	3	3	4	4	21
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	3	23

4	4	4	3	3	3	21
4	4	3	3	3	4	21
4	3	4	4	3	4	22
4	3	4	3	3	3	20
4	3	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	3	3	3	20
4	4	3	3	3	3	20
4	3	3	3	4	4	21
3	4	3	3	4	4	21
3	3	3	4	3	3	19
4	4	4	3	3	3	21
4	4	3	4	4	3	22
3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	2	4	4	19
4	4	4	4	4	3	22
4	3	3	4	3	4	21
3	4	4	3	3	3	20
4	3	3	3	4	4	21
4	3	4	4	3	3	21
4	4	4	4	3	3	21
4	4	4	4	4	3	22
3	3	3	4	4	4	21
4	3	3	3	4	3	20
4	3	3	4	4	4	22
3	4	3	4	3	3	20
4	4	4	4	4	2	21
4	4	4	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	3	3	3	20
4	4	3	3	2	4	20
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	4	4	21
4	3	4	4	4	4	23

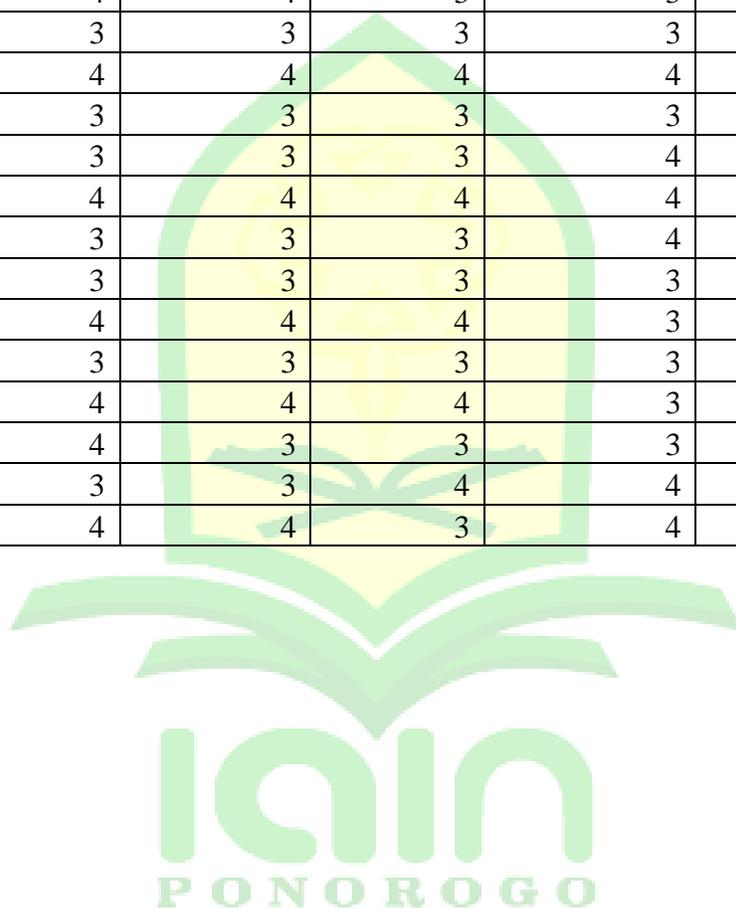
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	3	23
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	4	4	3	23
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	3	22
4	4	4	4	4	2	22
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	2	4	4	20
4	4	3	3	3	3	20
4	4	3	3	3	4	21
4	4	4	3	3	3	21
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	3	3	3	21
4	2	3	3	3	3	18
3	4	4	4	4	4	23
4	4	3	3	3	3	20
4	4	3	3	3	4	21
4	3	3	3	4	3	20
3	3	3	3	4	4	21
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	4	4	21
3	3	4	3	3	3	19
3	4	4	4	4	4	23
4	4	3	3	3	3	20
3	3	4	3	3	3	19
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	4	3	23
3	3	3	3	3	3	18
3	2	3	3	4	4	19
2	4	4	4	4	4	22
4	4	2	3	3	3	19

3	3	3	4	4	4	21
3	4	4	4	4	4	23
3	3	2	4	3	3	18
3	4	4	4	4	3	22
4	4	4	4	3	3	22

Kepuasan Nasabah	TOTAL					
2	3	3	3	3	3	17
3	4	3	4	3	4	21
3	4	3	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	3	4	3	21
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	1	3	3	1	3	14
3	4	3	4	3	4	21
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	3	2	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	4	19
4	3	3	3	2	3	18
3	3	3	3	2	3	17
3	3	3	2	3	3	17
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	3	4	20
4	4	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	4	3	22
3	4	4	4	4	4	23

3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	4	4	21
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	4	4	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	4	4	20
3	3	3	3	3	4	19
4	3	3	3	3	3	19
3	4	4	4	4	3	22
4	4	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	4	4	4	21
4	3	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	4	3	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	4	4	20
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
3	4	3	3	3	4	20
4	3	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	4	4	4	21
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	4	4	21
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	3	4	3	21
4	4	3	3	3	3	19
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	3	4	3	21
4	4	3	3	3	3	20

4	3	4	3	4	3	21
4	3	3	3	3	3	19
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	4	3	4	20
3	4	3	3	3	4	20
4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	4	3	4	23
3	4	3	3	3	3	19
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	3	3	3	21
4	3	3	3	3	3	19
3	4	4	4	4	3	22
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	4	4	20
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	3	4	4	20
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	3	3	22
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	4	3	3	22
3	4	3	3	3	3	19
3	3	3	4	4	4	21
3	4	4	3	4	4	22



RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Fiki Mabella Ingka Sari
2. Tempat & Tgl. Lahir : Wonogiri, 27 Juli 2000
3. Alamat Rumah : Sawahan RT 04 RW 03 Ploso, Purwantoro, Wonogiri
4. HP : 087822215867
5. Email : fikimabella12345@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal:
 - a. TK 1 Desa Ploso
 - b. SD N 1 Ploso
 - c. SMP N 2 Purwantoro
 - d. SMA N 1 Purwantoro

C. Prestasi Akademik

- a. Penerima Beasiswa Bank Indonesia 2019/2020
- b. Penerima Beasiswa Bank Indonesia 2020/2021

D. Pengalaman Organisasi

- a. Pengurus GenBI Kediri Komisariat IAIN Ponorogo sebagai Anggota Devisi Pendidikan (2019/2020)
- b. Pengurus GenBI Kediri Komisariat IAIN Ponorogo sebagai Anggota Devisi PSDA (2020/2021)
- c. Pengurus GenBI KorKom Kediri sebagai Anggota Devisi BPK (2020/2021)

Ponorogo, 11 Mei 2022

Fiki Mabella Ingka Sari
402180142



