

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN SMS BANKING DAN E-BANKING BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI MTSN 1 SIDRAP



OLEH

A. SOPHIA LATIFAH L
NIM: 19.2400.081

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

2025

PENGARUH KUALITAS LAYANAN SMS BANKING DAN E-BANKING BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI MTSN 1 SIDRAP



OLEH

A.SOPHIA LATIFAH L
NIM: 19.2400.081

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan *SMS Banking* dan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah di MTsN 1 Sidrap

Nama Mahasiswa : A.Sophia Latifah L

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.081

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B.6052/In.39.8/PP.00.9/12/2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H.

NIP : 19761118 200501 1 002

Pembimbing Pendamping : Besse Faradiba, S.E., M.M.

NIP : 19891017 201903 2 004



Mengetahui:



Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP: 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan *SMS Banking* dan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah di MTsN 1 Sidrap.

Nama Mahasiswa : A.Sophia Latifah L

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.081

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
No. B.6052/In.39.8/PP.00.9/12/2022

Tanggal Kelulusan : 06 Januari 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Zainal Said, M.H. (Ketua)

Besse Faradiba, S.E., M.M. (Sekretaris)

Rusnaena, M.Ag. (Anggota)

Sulkarnain, S.E., M.Si. (Anggota)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP. 197102082001122002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. berkat hidayah, taufik, dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Zainal Said, M.H. dan ibu Besse Faradiba, S.E., M.M. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M. Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan ibu dosen Program Studi Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Bapak dan ibu staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dan memberi support penulis selama studi di IAIN Parepare.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta stafnya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis.
6. Kepala MTs N 1 Sidrap yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Pendidik dan tenaga kependidikan di MTs N 1 Sidrap yang bekerja sama dalam penelitian yang dilakukan penulis.

8. Imran Asis, S.E. yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat Ekonomi Syariah yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan studi di IAIN Parepare.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare,

Penulis



A. Sophia Latifah L

NIM. 19.2400.081



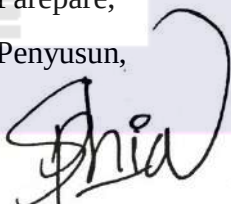
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : A.Sophia Latifah L
NIM : 19.2400.081
Tempat/Tgl. Lahir : Ujung Pandang, 2 Maret 1998
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan *SMS Banking* dan *E-Banking*
Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan
Nasabah di MTsN 1 Sidrap

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare,
Penyusun,



A.Sophia Latifah L
NIM. 19.2400.081

ABSTRAK

A.Sophia Latifah L. *Pengaruh Kualitas Layanan SMS Banking dan E-Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah di MTsN 1 Sidrap* (dibimbing oleh Zainal Said dan Besse Faradiba).

Kualitas layanan adalah nilai dari suatu layanan yang sesuai atau tidak dengan harapan penggunaannya. Dapat dikatakan bahwa perusahaan telah mengantarkan kualitas Ketika produk didistribusikan, baik itu barang maupun jasa. Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan suatu usaha baik itu barang maupun jasa, harus diberikan dengan baik dan berkualitas. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear berganda, sumbangan efektif dan sumbangan relatif.

Hasil pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan uji koefisien regresi secara parsial (uji-t) diperoleh nilai Sig. sebesar $0.208 > 0.05$ dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $1.267 < 1.67793$, hal ini berarti tidak ada pengaruh kualitas layanan e-banking (SMS Banking) Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTs N 1 Sidrap.

Hasil pengujian hipotesis kedua dengan menggunakan uji koefisien regresi secara parsial (uji-t) diperoleh nilai Sig. sebesar $0.02 < 0.05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3.297 > 1.67793$, hal ini berarti ada pengaruh kualitas layanan e-banking (mobile banking) Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTs N 1 Sidrap.

Hasil pengujian hipotesis ketiga dengan menggunakan uji koefisien regresi secara simultan (uji F) diperoleh nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $13.347 > 2.42$, hal ini berarti ada pengaruh secara simultan kualitas layanan e-banking (SMS banking dan mobile banking) Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTs N 1 Sidrap.

Kata kunci: Kualitas Layanan, E-Banking, Kepuasan Nasabah, BSI.

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI	I
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I <u>PENDAHULUAN</u>	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II <u>TINJAUAN PUSTAKA</u>	5
A. Tinjauan Penelitian Relevan	5
B. Tinjauan Teori	6
1. Kualitas Layanan	7
2. <i>E-Banking</i>	9
3. Bank	14
4. Bank Syariah	14
5. Bank Syariah Indonesia (BSI)	17
6. Kepuasan Nasabah	18
C. Kerangka Pikir	22
D. Hipotesis	23
BAB III <u>METODE PENELITIAN</u>	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	25

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel	25
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	26
E. Definisi Operasional Variabel.....	27
F. Instrumen Penelitian.....	28
G. Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	32
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	35
C. Pengujian Hipotesis.....	46
D. Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB V PENUTUP	58
A. Simpulan.....	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	I
BIODATA PENULIS	XXV

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1	Skoring Kuesioner	27
2	Definisi Operasional Variabel	28
3	Data Guru dan Staf MTsN 1 Sidrap	32
4	Karakteristik Respponden Berdasarkan Alamat	33
5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
6	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	34
7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	35
8	Output SPSS Uji Validitas <i>SMS Banking</i> (X1)	36
9	Rekap Uji Validitas <i>SMS Banking</i>	37
10	Output SPSS Uji Validitas <i>E-Banking</i> (X2)	39
11	Rekap Uji Validitas <i>E-Banking</i>	39
12	Output SPSS Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	41
13	Rekap Uji Validitas Kepuasan Nasabah	41
14	Output SPSS Uji Normalitas Kolomogorov Smirnov	46
15	Output SPSS Uji Regresi Linear Berganda	47
16	Output SPSS Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)	48
17	Output SPSS Nilai Standardized Coefficients Beta	51
18	Output SPSS Nilai Pearson Correlation	51
19	Output SPSS Uji Determinasi	52
20	Rekap Nilai SE, Koefisien Korelasi, dan Beta X	52

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1	Kerangka Pikir Penelitian	22
2	Output SPSS Grafik Scatter Plot	43
3	Output SPSS Grafik P-Plot	45



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp.	Judul Lampiran	Halaman
1	Izin Meneliti dari Pemerintah Sidrap	II
2	Izin Meneliti dari MTsN 1 Sidrap	III
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti	IV
4	Kuesioner Penelitian	V
5	Jawaban Responden Tentang Kualitas Layanan SMS Banking (X1)	XI
6	Jawaban Responden Tentang Kualitas Layanan E-Banking (X2)	XII
7	Jawaban Tentang Kepuasan Nasabah (Y)	XIII
8	Hasil Uji Validitas SMS Banking (X1)	XV
9	Hasil Uji Validitas E-Banking (X2)	XVI
10	Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	XVI
11	Uji Heterokedastisitas	XVII
12	Uji Normalitas dengan Scatter Plot	XVII
13	Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	XVIII
14	Uji regresi Linear Berganda	XVIII
15	Uji Koefisien Regresi secara Simultan	XVIII
16	Uji Koefisien regresi secara Parsial	XIX
17	Uji Determinasi	XIX
18	Tabel r	XX
19	Tabel F	XXI
20	Tabel t	XXII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perbankan merupakan salah satu faktor penggerak kegiatan perekonomian di Indonesia. Dalam perkembangannya, penggunaan jasa perbankan semakin mudah dijangkau oleh masyarakat diiringi berkembangnya teknologi.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan serta jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadis.

Kehadiran bank yang berlandaskan syariah masih relatif baru di Indonesia, yaitu pada awal tahun 1990-an, meskipun masyarakat Indonesia merupakan mayoritas muslim. Pendirian Bank Syariah pertama di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan dibentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani pada 1 November 1991. Bank ini ternyata berkembang cukup pesat hingga memiliki puluhan cabang yang tersebar di beberapa kota. Selanjutnya, kesuksesan perbankan syariah pun semakin terlihat dengan munculnya bank-bank berbasis syariah lainnya, seperti Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Mega Syariah, BCA Syariah, Bank Panin Syariah, Bank Syariah Bukopin, BTPN Syariah, dan BJB Syariah. Pada tanggal 1 Februari 2021, Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah melakukan merger hingga membentuk satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).

Dengan teknologi yang ada saat ini, bank-bank di Indonesia sudah memiliki beberapa layanan yang mempermudah nasabahnya untuk melakukan transaksi dimanapun mereka berada, tanpa perlu mengantri yang lama dan tanpa dibatasi ruang dan waktu. Teknologi perbankan meliputi sistem yang memungkinkan nasabah, baik individu maupun organisasi atau perusahaan dapat mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi saldo, produk dan jasa bank melalui jaringan internet. Nasabah dapat

mengakses teknologi informasi tersebut melalui perangkat elektronik seperti ATM, komputer, dan smartphone. Teknologi informasi perbankan yang umum dijumpai masyarakat adalah ATM, SMS Banking, *mobile banking*, dan internet banking.

Berbicara mengenai lingkup pemasaran pada dasarnya setiap manusia mempunyai kebutuhan dan keinginan yang berbeda beda dan hampir setiap manusia belum merasakan terpenuhinya kebutuhan baik itu berupa: produk, kualitas, harga, kemudahan mendapatkan apa yang diinginkan dan sebagainya. Produk bukan satu-satunya hal yang menjamin kepuasan konsumen, akan tetapi ada variabel lain yang dapat mempengaruhi, yaitu harga, kualitas, lokasi distribusi dan sebagainya.

Kepuasan nasabah merupakan hal penting bagi penyedia jasa keuangan, sebab kepuasan nasabah merupakan langkah pertama untuk membuat nasabah menjadi loyal terhadap bank. Peningkatan kualitas layanan menjadi salah satu aspek yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

MTsN 1 Sidrap yang terletak di Jl. Poros Pinrang Kec. Baranti merupakan madrasah yang berada dibawah naungan Departemen Agama. memiliki guru dan staf sebanyak 63 orang.

Penelitian ini menitikberatkan pada identifikasi kualitas layanan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu SMS Banking dan *Mobile Banking* dari perspektif nasabah di MTsN 1 Sidrap.

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum Pasal 21 ayat 1 “Bank penyelenggara Layanan Perbankan Digital wajib menerapkan prinsip perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud dalam ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen sektor jasa keuangan.”

Beberapa orang yang memiliki pengetahuan yang mendalam tentang teknologi memanfaatkan pengetahuannya untuk hal ilegal, seperti mencuri data pribadi, dan penipuan yang mengatas namakan suatu lembaga. Fenomena yang terjadi pada Mei 2023 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dibuat resah

dikarenakan data nasabah bocor oleh oknum yang tidak bertanggung jawab yang menyebabkan layanan *e-banking* BSI eror untuk beberapa hari.

Berdasarkan permasalahan diatas maka akan dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *SMS Banking* dan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah di MTsN 1 Sidrap”. Dengan variabel dependen (Y) adalah kepuasan nasabah di MTs N 1 Sidrap. Dan variabel independen (X) adalah kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap?
2. Apakah ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap?
3. Apakah ada pengaruh secara simultan kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan *SMS banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis, diharapkan penelitian dapat menambah ilmu pengetahuan ekonomi Islam.
2. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI), diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan layanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai ekonomi Islam serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pertama, Imran Asis dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Parepare”.¹ Dengan hasil penelitian: Teknologi informasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Cabang Parepare. Relevansinya dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan variabel dependen yang diteliti adalah kepuasan nasabah. Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada objeknya. Pada penelitian sebelumnya objek yang diteliti adalah Bank Mandiri, sedangkan pada penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Kedua, Kedua, Putri Mauliddina, Dama Mustika, dan Anis Mahmudah dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Rumah Sakit Thursina”.² Dengan hasil penelitian: kualitas layanan berpengaruh terhadap kualitas nasabah di Rumah Sakit Thursina. Relevansinya dengan penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dan variabel independen yang diteliti adalah kualitas layanan. Perbedaannya dengan penelitian ini, pada penelitian sebelumnya berfokus pada layanan *mobile banking*, sedangkan pada penelitian ini fokus pada layanan SMS Banking dan *mobile banking*.

Ketiga, Husnul Hafiz dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau”.³ Dengan hasil penelitian: kualitas layanan dan kualitas produk

¹ Imran Asis, “Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Parepare”, (Skripsi Sarjana; Jurusan Perbankan Syariah: Parepare, 2020).

² Putri Mauliddina dkk., “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Rumah Sakit Thursina” (Jurnal Riset dan Pengembangan Ekonomi Islam: Riau, 2022).

³ Husnul Hafiz, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau” (Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah: Riau, 2022).

mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa program studi ekonomi syariah UIN SUSKA Riau. Relevansinya dengan penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif, variabel independen yang diteliti adalah kualitas layanan, dan variabel dependen yang diteliti adalah kepuasan nasabah. Perbedaannya, penelitian sebelumnya berfokus pada layanan *mobile banking*, sedangkan penelitian ini fokus pada layanan SMS Banking dan *mobile banking*.

Keempat, Mila Karomillah dengan judul “Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade”.⁴ Dengan hasil penelitian: Layanan *e-banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade. Relevansinya dengan penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dan variabel dependen yang diteliti adalah kepuasan nasabah bank syariah. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah objek yang diteliti, pada penelitian sebelumnya adalah BNI Syariah, sedangkan pada penelitian ini Bank Syariah Indonesia (BSI).

Kelima, Hapi Puji Lestari dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BRI Syariah Tbk. KCP Sungai Rumbai Dharmasraya”.⁵ Dengan hasil penelitian: Kualitas layanan *e-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Sungai Rumbai Dharmasraya. Relevansinya dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah. Perbedaannya yaitu pada objek penelitian, objek penelitian sebelumnya yaitu BRI Syariah KCP Sungai Rumbai Dharmasraya, sedangkan objek penelitian ini yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).

B. Tinjauan Teori

⁴ Mila Karomillah, “Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade”, (Skripsi Sarjana; Jurusan Manajemen Dakwah: Jakarta: 2015).

⁵ Hapi Puji Lestari, “Pengaruh Kualitas Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BRI Syariah Tbk. KCP Sungai Rumbai Dharmasraya” (Skripsi Sarjana; Jurusan Perbankan Syariah: Batusangkar, 2020).

1. Kualitas Layanan

a. Definisi Kualitas

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁶

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁷

Menurut penulis, kualitas layanan adalah nilai dari suatu layanan yang sesuai atau tidak dengan harapan penggunanya. Dapat dikatakan bahwa perusahaan telah mengantarkan kualitas ketika produk didistribusikan, baik itu maupun jasa. Perusahaan yang memuaskan kebutuhan konsumennya dalam jangka waktu yang lama dapat dikatakan perusahaan berkualitas.

Keuntungan dari kualitas layanan yang baik adalah mendorong nasabah untuk menjalin relasi dalam jangka panjang sehingga dapat meningkatkan keuntungan bank.

Ada beberapa hal yang perlu dilakukan suatu perusahaan dalam menyediakan suatu layanan. Pertama, mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dengan benar. Kedua, mengomunikasikan kebutuhan pelanggan dengan perancang produk. Ketiga, memastikan bahwa keinginan pelanggan dipenuhi dengan tepat. Keempat, memeriksa bahwa pelanggan menerima instruksi dengan benar, pelatihan dan bantuan teknis dalam penggunaan suatu layanan. Kelima, memastikan pelanggan puas atau tidak puas menggunakan layanan tersebut. Keenam, mengumpulkan kritik dan saran pelanggan terkait produk tersebut dan merundingkannya kembali untuk membuat perbaikan.

b. Indikator Kualitas Layanan

⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 2*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), hlm. 32.

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, diterjemahkan oleh Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 143.

Menurut Tatik Suryani, indikator kualitas layanan *e-banking* sebagai berikut:⁸

- 1) Efisiensi (*efficiency*), yaitu kemampuan bank untuk membuat layanan yang mudah dan sederhana untuk digunakan nasabah.
- 2) Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kesediaan bank untuk memenuhi pengiriman pesan dan informasi yang dijanjikan pada nasabah.
- 3) Kesediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar pada layanan bank.
- 4) Privasi (*privacy*), yaitu tingkat kemampuan bank memberikan kepercayaan kepada nasabah agar merasa aman, bebas dari risiko dan keragu-raguan.
- 5) Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), yaitu kemampuan bank memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.
- 6) Tampilan situs (*site aesthetic*), yaitu kemampuan bank membuat layanan yang memiliki penampilan atau keindahan yang muncul pada tampilan layanan *e-banking*.

c. Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan suatu usaha baik itu barang ataupun jasa, harus diberikan dengan baik dan berkualitas, Allah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَجْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِ حِمْيِهِ

(٢٦٧)

Terjemahnya:

⁸ Tatik Suryani, *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), hlm. 165

Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.⁹

Ayat diatas sejalan dengan penelitian ini, bahwa dalam menyediakan suatu layanan kita dilarang memberikan sesuatu yang kita tahu bahwa hal itu buruk. Layanan *e-banking* yang diberikan kepada nasabah harus berkualitas baik agar dapat memuaskan penggunaanya.

2. *E-Banking*

a. Definisi *E-Banking*

Electronic Banking (e-banking) adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui *alternative delivery channel* media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *phone banking*, *electronic fundtransfer (EFT)*, *electronic data capture (EDC)/point of sales (POS)*, *internet banking*, dan *mobile banking*.¹⁰

Walaupun masih tergolong baru, Bank Syariah Indonesia (BSI) mengikuti perkembangan teknologi dengan menyediakan layanan *e-banking* untuk nasabahnya.

Perkembangan teknologi *e-banking* mendorong mewujudkan masyarakat *less cash society*. *Less cash society* adalah gaya hidup dengan menggunakan media transaksi atau uang elektronik dalam bertransaksi sehingga tidak perlu membawa uang fisik. *Less cash*

⁹ *Al-Qur'an Al-Karim*

¹⁰ Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Memahami Supervise Audit Intern Bank*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016).

society selain dapat meningkatkan sistem pembayaran yang cepat, aman, dan efisien, untuk mempercepat perputaran aktivitas ekonomi dan stabilitas sistem keuangan, juga dapat mencegah tidak pidana kriminal maupun tindak pidana pencucian uang.¹¹

Perkembangan teknologi hampir merata ke semua bidang, tindak kriminalpun mengikuti perkembangan teknologi. Bagi sebagian masyarakat yang memiliki pengetahuan tinggi mengenai teknologi lebih memilih untuk melakukan penipuan atau *skimming* daripada bekerja di sebuah perusahaan yang sesuai dengan kemampuannya. Berbagai hal dilakukan untuk mendapatkan kekayaan yang melimpah dalam waktu yang singkat. Hal ini yang membuat perusahaan penyedia layanan yang berbasis teknologi maupun penggunanya resah dan harus lebih berhati-hati.

b. Produk *E-Banking*

Menurut Wiji Narastuti, produk *e-banking* terdiri dari:¹²

1) *Internet Banking*

Internet Banking pada dasarnya merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu internet dan banking (bank). Interconnected Network (internet) adalah sistem jaringan yang menggabungkan tiap-tiap komputer secara global di seluruh penjuru dunia menggunakan TCP/IP.

Jenis kegiatan internet banking dibedakan menjadi tiga yaitu:

- *Informational Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
- *Communicative Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan

¹¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-electronic Banking*, (Jakarta: OJK, 2015), hlm. 6.

¹² Wiji Narastuti, *Teknologi Perbankan*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 29

interaksi dengan bank penyedia layanan secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi.

- *Transactional Internet Banking* yaitu pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan dan melakukan eksekusi transaksi.

Produk internet banking BSI disebut sebagai BSI Net. BSI Net adalah layanan transaksi perbankan yang berbasis web melalui jaringan internet pada alamat <https://bsinet.bankbsi.co.id> yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi cek saldo, cek mutasi rekening, transfer antar rekening bank, transfer antar bank secara online dan real time, transfer SKN (Kliring) dan RTGS, transfer BI Fast, pembayaran tagihan dan pembelian isi ulang pulsa handphone dan pembelian token serta transaksi finansial lainnya.

Adapun fitur utama dari BSI Net sebagai berikut:

- a) Informasi, seperti informasi saldo dan mutasi rekening (Tabungan, Giro dan Deposito), rekening pembiayaan dan transaksi BSI Net Banking.
- b) Transfer dana transaksi pemindah bukuan antar rekening bank, transfer antar bank melalui transfer online, BI Fast SKN dan RTGS serta transaksi transfer tunai melalui rekanan bank.
- c) Pembayaran berbagai jenis tagihan.
- d) Pembelian pulsa telepon seluler, voucher Listrik, dan berbagai rekanan bank yang telah bekerja sama.
- e) Fasilitas layanan yang bersifat administrative seperti perubahan password dan PIN otorisasi.
- f) Transfer valas BSI Net Banking merupakan transaksi pemindahan dana nasabah pemilik fasilitas layanan BSI Net Banking untuk bertransaksi dengan *multi currency* (valuta asing) yang dilakukan oleh nasabah melalui fasilitas yang

disediakan bank untuk melakukan *crossborder* (lintas negara).

2) SMS Banking

SMS Banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan media SMS (*short message service*). Jenis transaksi: transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran (kartu kredit), dan pembelian.

Layanan SMS Banking BSI digunakan untuk mendapatkan informasi mutasi rekening nasabah.

SMS Notifikasi BSI adalah layanan pesan singkat yang dikirim ke nomor ponsel nasabah setiap kali terjadi transaksi rekening seperti transfer masuk dan keluar, pembayaran, atau mutasi lainnya. Layanan ini membantu nasabah memantau aktivitas rekening secara real time dan aman.

SMS Notifikasi dikirim untuk transaksi penting seperti penarikan/penyetoran dana, transfer masuk dan keluar, pembayaran dan pembelian, dan aktivitas lain yang berdampak pada saldo rekening nasabah.

Notifikasi transaksi BSI juga dapat dialihkan dari SMS ke aplikasi WhatsApp. Peralihan dilakukan untuk memberikan nasabah layanan perbankan yang *real time* dan aman. WhatsApp menyediakan platform yang lebih canggih dan memungkinkan penyampaian notifikasi transaksi secara efisien. Nasabah dapat melakukan aktivasi melalui aplikasi BSI Mobile, ATM, Call Center atau dapat mengunjungi cabang terdekat.

3) Mobile Banking

Mobile Banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler. *Mobile banking* mengkombinasikan teknologi

informasi dan aplikasi bisnis secara bersama, sehingga nasabah dapat menggunakan layanan perbankan 24 jam tanpa harus mendatangi kantor cabang.

Layanan *mobile banking* BSI adalah BSI Mobile yang dapat diunduh di App Store dan Play Store. Fitur-fitur layanan BSI Mobile adalah, informasi saldo, informasi mutasi rekening, transfer, tarik tunai tanpa kartu, pembayaran, informasi akses terdekat, informasi waktu salat, dan BSI Care.

Bank Syariah Indonesia (BSI) menghadirkan super-app baru yang inovatif bernama BYOND by BSI. BYOND by BSI adalah layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet.

Adapun fitur utamanya adalah sebagai berikut:

- a) Informasi dan fitur tambahan, seperti saldo rekening, portofolio, blokir kartu, *e-commerce*, layanan Islami, Ziswaf, jadwal salat, transfer terjadwal, promo produk, sosial media BSI, kotak masuk, lokasi kantor cabang dan ATM, dan tentang aplikasi.
- b) Transfer dana antar rekening BSI atau ke rekening bank lain.
- c) Pembayaran berbagai jenis tagihan.
- d) Pembelian berbagai jenis transaksi.
- e) Fasilitas BSI Call yang dapat langsung terhubung dengan layanan BSI.
- f) Fitur pembukaan rekening untuk nasabah eksisting dan pembukaan deposito.
- g) TopUp eWallet. Fitur transaksi top up saldo eMoney, LinkAja, layanan Syariah LinkAja, Gopay, Paytren dan OVO.

- h) Fasilitas QRIS yang digunakan untuk melakukan transaksi dengan menggunakan kode QR.
- i) Penarikan tunai tanpa kartu pada mesin ATM atau pada outlet merchant yang telah bekerja sama dengan bank.

Keunggulan:

- a) Keunggulan spiritual, seperti pengingat salat, arah kiblat, Juz ‘Amma, kalkulator qurban, Asmaul Husna, dan lainnya.
- b) Keunggulan sosial, seperti amal, ziswaf, beasiswa acara, dan berbagai inisiatif kemanusiaan.

Layanan *e-banking* yang digunakan guru dan staf di MTsN 1 Sidrap adalah SMS Banking dan *Mobile Banking*.

3. Bank

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dengan rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹³

Kasmir mengartikan bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.¹⁴

Berdasarkan definisi diatas dapat ditarik bahwa bank adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat serta jasa-jasa bank lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

4. Bank Syariah

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Syariah atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga

¹³ Republik Indonesia, “Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan”. (Jakarta: Dharma Bhakti, t.th).

¹⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 7.

keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist Nabi SAW. Atau dengan kata lain Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.¹⁵

Secara garis besar produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga yaitu produk penyaluran dana, produk penghimpun dana, dan produk jasa yang diberikan bank kepada nasabahnya¹⁶:

a. Penyaluran Dana

Penyaluran dana bank syariah menggunakan tiga prinsip, yaitu:

- Prinsip jual beli (*Ba'i*): Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan bank disebutkan di depan dan termasuk harga dari harga yang dijual.
- Prinsip sewa (*Ijarah*): Ijarah adalah kesepakatan pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui sewa tanpa diikuti pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa. Dalam hal ini bank menyewakan peralatan kepada nasabah dengan biaya yang telah ditetapkan secara pasti sebelumnya.
- Prinsip kerjasama bagi hasil (*Syirkah*), dalam prinsip kerjasama bagi hasil terdapat dua macam produk, yaitu: *Musyarakah*, adalah kerjasama dua orang atau lebih untuk meningkatkan aset yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. *Mudharabah*, adalah kerjasama dua orang atau lebih dimana pemilik modal

¹⁵ Muhamad, *Lembaga Perekonomian Islam (Perspektif Hukum, Teori dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017), hlm. 167.

¹⁶ Muhamad, *Lembaga Perekonomian Islam (Perspektif Hukum, Teori dan Aplikasi)*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017), hlm. 175-177.

mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan perjanjian pembagian keuntungan.

b. Penghimpun Dana

Produk penghimpunan dana pada bank syariah meliputi giro, tabungan, dan deposito. Prinsip yang diterapkan dalam bank syariah adalah:

- Prinsip Wadiah. Penerapan prinsip wadiah yang dilakukan adalah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan pada rekening produk giro. Berbeda dengan *wadiah amanah*, dimana pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Sedangkan pada *wadiah amanah* harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi.
- Prinsip Mudharabah. Dalam prinsip mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Dana yang tersimpan kemudian oleh bank digunakan untuk melakukan pembiayaan, dalam hal ini apabila bank menggunakannya untuk pembiayaan mudharabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang mungkin terjadi.

c. Jasa Perbankan

Selain dapat melakukan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, bank juga dapat memberikan jasa kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan, jasa tersebut antara lain:

- *Sharf* (Jual beli valuta asing), adalah jual beli mata uang yang tidak sejenis namun harus dilakukan pada waktu yang sama. Bank mengambil keuntungan untuk jasa jual beli tersebut.
- *Ijarah* (Sewa). Kegiatan ijarah ini adalah menyewakan simpanan (*safe deposit box*) dan jasa tata-laksana

administrasi dokumen, dalam hal ini bank mendapatkan imbalan sewa dari jasa tersebut.

Terbentuknya bank syariah dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya, ciri khas dari keuangan syariah tidak membebani bahkan menerima bunga (riba) kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebaskan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad yang diperjanjikan. Selain itu, untuk memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah berlandaskan al-Quran dan hadist.¹⁷

5. Bank Syariah Indonesia (BSI)

Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.¹⁸

a. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.¹⁹

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta

¹⁷ Zainal Said, 'Strategi Marketing Funding dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank BNI Syariah Parepare', *Banco: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 (2021)

¹⁸ Republik Indonesia, "Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah", Bab1 Pasal 1. (Jakarta: Dharma Bhakti, t.th.).

¹⁹ PT. Bank Syariah Indonesia, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html, (Januari 2023).

berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Alamin).²⁰

Khusus di Sulawesi Selatan, Bank Syariah Indonesia (BSI) sudah memiliki 57 jaringan yang terdiri atas 7 Kantor Cabang (KC), 32 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 2 Kantor Kas (KK), 10 Kantor Fungsional (KF), 5 Payment Point (PP), dan 1 Relation Officer (RO).

Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Sidrap terletak di Pangkajene tepatnya di Jl. Jendral Sudirman No. 131, Kel. Pangkajene, Kec. Maritengae, Kab Sidrap.

b. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Visi: Top 10 Global Islamic Bank

Misi:

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (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.²¹

6. Kepuasan Nasabah

a. Definisi Kepuasan

²⁰ PT. Bank Syariah Indonesia, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html, (Januari 2023).

²¹ PT. Bank Syariah Indonesia, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html, (Januari 2023).

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.²²

Apabila ekspektasi konsumen tidak terpenuhi, mereka akan merasa kecewa. Sebaliknya apabila ekspektasi konsumen terpenuhi, mereka akan merasa puas. Begitupun jika layanan suatu jasa melebihi ekspektasi konsumen, maka mereka akan sangat puas.

Konsumen yang merasa puas terhadap kinerja suatu layanan akan cenderung berpikir dan berbicara positif tentang perusahaan jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah resistensi dari sikap konsumen yang ditunjukkan melalui rasa puas akan suatu produk untuk pemenuhan kebutuhannya. Kunci bagi resistensi konsumen adalah kepuasan konsumen. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya.²³

Menurut penulis, kepuasan nasabah adalah tingkat dimana nasabah merasa senang karena kinerja suatu layanan memenuhi ekspektasinya.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:²⁴

- 1) Kualitas layanan (*service quality*), nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, diterjemahkan oleh Bob Sabran dengan judul *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 138-139

²³ Besse Faradiba, 'Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan serta Loyalitas Pengguna Belanja Online Selama Pandemi COVID-19', *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, No.1 (2021).

²⁴ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), hlm. 7

- 2) Kualitas produk (*product quality*), nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga (*price*), produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
- 4) Faktor situasi (*situational factor*), yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.
- 5) Faktor pribadi (*personal factor*), yaitu karakteristik nasabah yang mencakup kebutuhan pribadi.

c. Prinsip-Prinsip Kepuasan

Terdapat beberapa prinsip utama yang wajib diterapkan agar konsumen menjadi sangat puas atau setidaknya terpenuhi harapannya, yaitu:

- 1) Memahami nasabah
Konsumen adalah manusia yang harus dikelola keinginannya. Memahami nasabah adalah bagian terpenting. Jika berhasil memahami kebutuhan nasabah maka selanjutnya akan dapat dengan mudah menghasilkan efek positif pada nasabah yang akan membuat mereka senang.
- 2) Membuat nasabah mengerti semua layanan bank
Nasabah yang sudah menggunakan jasa suatu bank mempunyai keyakinan pada fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan bank tersebut. Paling tidak mereka telah mendengar berita yang baik tentang bank tersebut.
- 3) Menciptakan kesan baik
Kesan baik yang didapatkan nasabah merupakan pendukung dalam mencapai kepuasan.
- 4) Senantiasa menggunakan kata positif

Kata-kata yang baik pastinya akan dianggap sebagai kesan yang baik juga. Sebaliknya kata-kata negatif akan memberikan citra negatif.

- 5) Mempertahankan yang sudah baik dan terus melakukan perbaikan

Jika nasabah merasa puas dengan fasilitas dan layanan suatu bank, maka bank harus mempertahankan. Akan lebih baik lagi bila melakukan perbaikan terus menerus agar menjadi lebih baik lagi

d. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada sejumlah metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, diantaranya: survey berkala, tingkat kehilangan pelanggan, dan pembelanja misterius.²⁵

Survei berkala dapat melacak kepuasan pelanggan secara langsung dan mengajukan beberapa pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembali dan kemungkinan atau kesediaan responden untuk merekomendasikan perusahaan dan merk kepada orang lain.

Perusahaan dapat mengamati tingkat kehilangan pelanggan dan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau menggunakan, atau beralih ke merk lain untuk mengetahui alasannya.

Perusahaan dapat mempekerjakan pembelanja misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial dan melaporkan kelebihan dan kekurangan yang dialaminya selama membeli atau menggunakan produk perusahaan maupun produk pesaing.

e. Indikator Kepuasan Nasabah

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan menggunakan indikator sebagai berikut:²⁶

²⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, diterjemahkan oleh Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 142

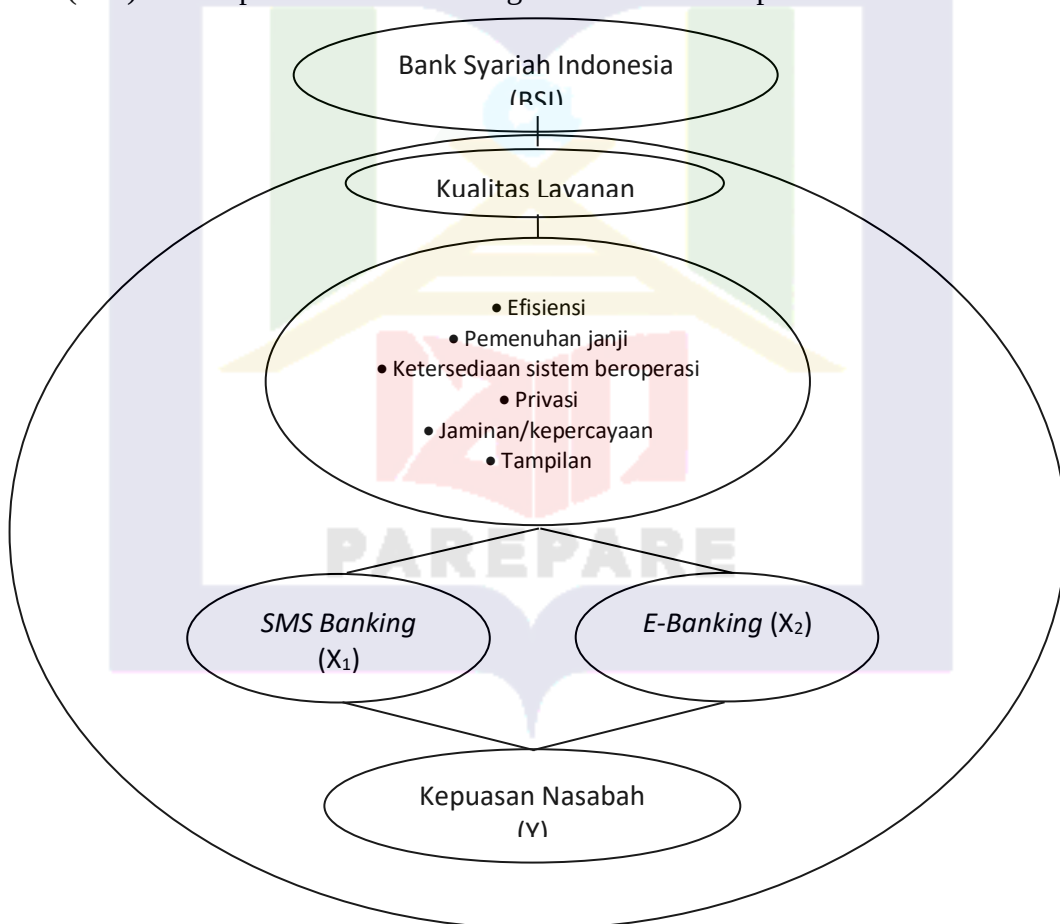
²⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Thirteenth Edition*, diterjemahkan oleh Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 140.

- 1) Rasa loyal
- 2) Selalu ingin menggunakan
- 3) Merekomendasikan ke kerabat
- 4) Terciptanya hubungan harmonis

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan penelitian. Kerangka pikir disusun berdasarkan tinjauan teori dan hasil penelitian yang terdahulu yang relevan.

Gambar dibawah ini menunjukkan kerangka pemikiran yang dibuat dalam model penelitian mengenai pengaruh aksesibilitas Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap minat bertransaksi guru MTsN 1 Sidrap



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

- Bank Syariah Indonesia (BSI) : adalah lembaga keuangan berbasis syariah yang merupakan penggabungan dari tiga bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.
- Kualitas Layanan: adalah nilai dari suatu layanan yang sesuai atau tidak dengan harapan penggunaannya. Indikator untuk mengukur kualitas layanan adalah: efisiensi, pemenuhan janji, ketersediaan sistem beroperasi, privasi, jaminan/kepercayaan, dan tampilan.
- *SMS Banking*: adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan media SMS (*short message service*).
- *E-banking*: adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan.
- Kepuasan Nasabah: adalah tingkat dimana nasabah merasa senang karena membandingkan kinerja dengan ekspektasi mereka menggunakan layanan *e-banking*. Indikator untuk mengukur kepuasan nasabah adalah: Rasa loyal, selalu ingin menggunakan, merekomendasikan ke kerabat, terciptanya hubungan harmonis.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang sifatnya masih praduga atau menduga dan kemudian masih harus dibuktikan terlebih dahulu kebenarannya melalui sebuah riset atau penelitian.²⁷

Hipotesis statistika merupakan salah satu dugaan yang digunakan dalam pengujian analisis dengan menggunakan sebagian data dari keseluruhan data yang ada. Hipotesis statistika dapat dibagi menjadi dua bagian, diantaranya:

1. Hipotesis nol atau kosong (H_0): menunjukkan tidak adanya hubungan atau perbedaan antara dua variabel atau lebih dari yang diteliti. Dalam penelitian ini,

²⁷ Hironymus Ghodang dan Hantono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*, (Medan: Mitra Grup, 2020), hlm. 19.

H0: Tidak ada pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.

2. Hipotesis alternatif (Ha): adalah hipotesis yang kebenarannya akan dibuktikan melalui penelitian.²⁸ Dalam penelitian ini,

H1: Ada pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap

H2: Ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.

H3: Ada pengaruh secara simultan kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap

²⁸ Hironymus Ghodang dan Hantono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*, (Medan: Mitra Grup, 2020), hlm. 20.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Tanzeh dalam bukunya pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.²⁹

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis regresi. Analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di MTs N 1 Sidrap

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam waktu 2 bulan. Yakni Oktober 2023 hingga Desember 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda-benda

²⁹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 99.

alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi semua karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek itu.³⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah guru MTs N 1 Sidrap yang menggunakan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu sebanyak 50 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti.³¹ Sampel adalah sebagian dari totalitas subjek penelitian atau sebagian populasi yang diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi yang penetapannya dengan teknik-teknik tertentu.

Teknik pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan semua populasi. Dengan berbagai pertimbangan, diantaranya responden adalah: *Pertama*, guru dan staf MTsN 1 Sidrap yang merupakan nasabah Bank BSI, *Kedua*, pengguna layanan *e-banking*.

D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

a. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³² Pengisian kuisioner dilakukan oleh guru MTs N 1 Sidrap sebagai obyek dari penelitian ini.

b. Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari hasil pengisian kuisioner kemudian diolah menggunakan *software SPSS version 26* serta menganalisa antara kedua variabel guna mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut.

Untuk menghitung kuisioner menggunakan skala Likert, terlihat pada tabel sebagai berikut:

³⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2002), h.55.

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 81.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), h.199.

Tabel 1 Skoring Kuesioner

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Likert (2014)

Dengan menggunakan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi subindikator yang dapat diukur. Akhirnya subindikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.³³

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai atribut atau sifat atau nilai orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

- a. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Puguh Suharso menyebutkan variabel independen atau variabel bebas (X) atau variabel *predictor*, merupakan variabel yang dapat mempengaruhi hubungan positif dan negatif.³⁴ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini ada dua, yaitu *SMS Banking* (X₁) dan *e-banking* (X₂).
- b. Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 93

³⁴ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 36.

bebas.³⁵ Variabel dependen atau variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi
1.	<i>SMS Banking</i> (X ₁)	<i>SMS Banking</i> adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan media SMS (<i>short message service</i>).
2.	<i>E-Banking</i> (X ₂)	<i>E-banking</i> adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan.
3.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan (<i>satisfaction</i>) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Sumber: Penulis tahun 2023

F. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang diukur.³⁶ Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui seberapa cermat suatu tes atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan *valid* apabila instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 39.

³⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri, 2013), hlm. 46.

memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Uji validitas ini digunakan untuk menguji kecocokan atau keakuratan dari semua data yang didapatkan pada kuesioner yang sudah divalidasi. Dalam uji validitas, digunakan *correlation pearson product moment* dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total.

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksetaraan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas.³⁷

c. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan bebas keduanya terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak maka dapat dideteksi dengan melihat *normality probability plot*. Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.³⁸

G. Teknik Analisis Data

³⁷Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elax Media Komputindo, 2000), hlm 212

³⁸Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elax Media Komputindo, 2000), hlm. 214

a. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan dalam penelitian ini karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari dua variabel. Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) terhadap satu variabel tak bebas (Y).³⁹

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

β = Koefisien regresi

X = Variabel independen

e = Standar eror

b. Sumbangan Relatif

Sumbangan relatif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan masing-masing variabel bebas atau prediktor terhadap prediksi. Sumbangan relatif dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:⁴⁰

$$SR(X)\% = \frac{\text{Sumbangan Efektif}(X)\%}{R_{\text{Square}}}$$

ATAU

$$SR(X)\% = \frac{SE(X)\%}{R^2}$$

Rumus sumbangan relatif

Keterangan:

$SR\%$ = Sumbangan relatif dari suatu prediktor

SE = Sumbangan efektif

R^2 = Nilai determinasi

³⁹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri, 2013), hlm. 301

⁴⁰ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 37.

Perhitungan ini dilakukan agar dapat diketahui besarnya sumbangan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan. Sumbangan relaif menghitung besarnya sumbangan masing-masing variabel bebas tanpa memperhatikan variabel lain yang tidak diteliti, sehingga besarnya sumbangan masing-masing variabel bebas dapat diprediksi.

c. Sumbangan Efektif

Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan efektif tiap prediktor atau variabel bebas dari keseluruhan prediksi.

Sumbangan efektif dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:⁴¹

$$SE\%X = SRX \times R^2$$

Keterangan:

$SE\%X$ = Sumbangan efektif dari suatu prediktor

SRX = Sumbangan relatif dari suatu prediktor

R^2 = Koefisien determinasi

Perhitungan ini dilakukan agar dapat diketahui besarnya sumbangan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga sumbangan yang diberikan masing-masing variabel bebas dapat dilihat.

⁴¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 39.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini populasinya adalah guru dan staf MTsN 1 Sidrap yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dan metode yang digunakan adalah kuesioner atau angket. Adapun sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 50 responden.

Daftar nama responden dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 3. Data Guru dan Staf MTsN 1 Sidrap.

No.	Nama	Karakteristik Responden			
		Alamat	Jenis Kelamin	Umur	Jabatan
1	Bahar, S.Ag.	Tonronge	Laki-laki	41-50	Guru
2	Hj. Sitti Sohra, S.Ag.	Baranti	Perempuan	51-60	Staf
3	Hj. Norma Bahu, S.Hi.	Baranti	Perempuan	51-60	Staf
4	Hajriani, S.Pd. I.	Baranti	Perempuan	41-50	Staf
5	Haruna Rio, S.Pd.,M.Pd.I	Tonronge	Laki-laki	51-60	Guru
6	Sulmaida, S.Pd.	Baranti	Perempuan	21-30	Guru
7	Nurjannah Jamal, S.S.	Baranti	Perempuan	31-40	Guru
8	Dra. Hj. St. Saleha	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
9	Haryani, S.E.	Baranti	Perempuan	41-50	Guru
10	Dra. Hj. Mahirah	Rappang	Perempuan	51-60	Guru
11	Dra. Hj. Ahsani	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
12	Hj. Karramah, S.H	Abokongan	Perempuan	51-60	Guru
13	Abdul Rahman, S.Ag.	Baranti	Laki-laki	51-60	Guru
14	Zakina Kusumawardani, S.Pd.	Baranti	Perempuan	31-40	Guru
15	Andi Tahang Pali B., S.Pd.	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
16	Hj. A. Shaleha Jabir, S.Ag.	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
17	Nur Awaliah, S.Pd.,M.Pd.	Pinrang	Perempuan	21-30	Guru
18	Nursani, S.E.	Baranti	Perempuan	41-50	Guru
19	Fadly Hidayat, S.Pd.	Baranti	Laki-laki	21-30	Guru
20	Hartati Sule, S.Ag.	Baranti	Perempuan	41-50	Guru
21	Abd. Muin, S.Pd.	Baranti	Laki-laki	21-30	Guru
22	Sitti Aminah Galib, S.Ag.	Tonronge	Perempuan	41-50	Guru
23	Nurcaya, S.Pd.	Abokongan	Perempuan	31-40	Guru
24	Drs. H. Hamka	Baranti	Laki-laki	51-60	Guru

25	Muh. Nasir, S.Pd.,M.Pd.I	Baranti	Laki-laki	51-60	Guru
26	Musliani Parembai, S.T.	Baranti	Perempuan	41-50	Staf
27	Yuliana, S.Pd.I.,M.Pd.	Manisa	Perempuan	41-50	Guru
28	Dra. Hj. Hasnawati M.	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
29	Dra. Hj. Supiati	Rappang	Perempuan	51-60	Guru
30	Dra. Masniati	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
31	Mardiyah Yahya, S.Ag.	Baranti	Perempuan	41-50	Guru
32	Dra. Hj. Aderah	Kadidi	Perempuan	51-60	Guru
33	Muliyani R, S.Pd.	Baranti	Perempuan	41-50	Guru
34	Suriyana, S.Pd.	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
35	Hj. Ratnah, S. Pd.	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
36	Tri Sakmawaty, S.Ag.	Baranti	Perempuan	51-60	Guru
37	Enni Kusriani, S.Pd.	Baranti	Perempuan	41-50	Guru
38	M. Yusran Thamrin, S.E.	Rappang	Laki-laki	41-50	Guru
39	Hajrah, S.E.	Kadidi	Perempuan	31-40	Guru
40	Zainuddin, S.T.	Baranti	Laki-laki	41-50	Guru
41	Abdul Rasyid, S.Hi.	Baranti	Laki-laki	41-50	Staf
42	Asrah Mansur, S.Pd.	Baranti	Perempuan	31-40	Guru
43	Erna, S.Pd.	Toe	Perempuan	31-40	Guru
44	Sakawuni Amir, S.Pd.	Kulo	Perempuan	31-40	Guru
45	Hasnah, S.Pd.I.,M.Pd.I.	Baranti	Perempuan	31-40	Guru
46	Risma Rahmang, S.Pd.I.	Baranti	Perempuan	21-30	Guru
47	Marlina, S.Pd.	Baranti	Perempuan	31-40	Guru
48	Fitriani, S.Sos.	Tonronge	Perempuan	21-30	Guru
49	Asri Abbas, S.Pd.	Baranti	Laki-laki	21-30	Guru
50	Kasmiaty, S.H.I.	Baranti	Perempuan	21-30	Staf

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025.

Karakteristik Responden

Dari seluruh responden yang diteliti, maka responden-responden tersebut dapat dikategorikan karakteristiknya menurut kategori berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

		Alamat			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Abokongan	2	4.0	4.0	4.0
	Baranti	35	70.0	70.0	74.0
	Kadidi	2	4.0	4.0	78.0
	Kulo	1	2.0	2.0	80.0
	Manisa	1	2.0	2.0	82.0
	Pinrang	1	2.0	2.0	84.0
	Rappang	3	6.0	6.0	90.0
	Toe	1	2.0	2.0	92.0
	Tonronge	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4. menunjukkan karakteristik responden yang beralamat di Abokongan sebanyak 2 orang dengan persentase 4%, alamat Baranti sebanyak 35 orang dengan persentase 70%, alamat Kadidi sebanyak 2 orang dengan persentase 4%, alamat Kulo sebanyak 1 orang dengan persentase 2%, alamat Manisa sebanyak 1 orang dengan persentase 2%, alamat Pinrang sebanyak 1 orang dengan persentase 2%, alamat Rappang sebanyak 3 orang dengan persentase 6%, alamat Toe sebanyak 1 orang dengan persentase 2%, dan alamat Tonronge sebanyak 4 orang dengan persentase 8%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	11	22.0	22.0	22.0
	Perempuan	39	78.0	78.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.3, karakteristik responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 11 orang dengan persentase 22% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 39 orang dengan persentase 78%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30	8	16.0	16.0	16.0
	31-40	9	18.0	18.0	34.0
	41-50	14	28.0	28.0	62.0
	51-60	19	38.0	38.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.4, karakteristik responden yang berusia antara 21-30 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 16%, antara 31-40 tahun

sebanyak 9 orang dengan persentase 18%, antara 41-50 tahun sebanyak 14 orang dengan persentase 28%, dan antara 51-60 tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 38%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

		Jabatan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Guru	44	88.0	88.0	88.0
	Staf	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.5, karakteristik responden yang jabatannya guru sebanyak 44 orang dengan persentase 88% dan staf sebanyak 6 orang dengan persentase 12%.

B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total masing-masing atribut. Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kevalidan angket. Uji validitas digunakan untuk melihat ketetapan dan kecermatan dari sebuah instrument penelitian dalam fungsi ukurnya mengukur item pertanyaan yang digunakan dalam bentuk pertanyaan untuk memperoleh dinyatakan valid. Item pernyataan yang emilih korelasi positif tinggi dapat dianggap memiliki validitas yang tinggi pula.

Corrected item total correlation merupakan korelasi antar skor total item, sehingga interpretasinya dengan mengkonsultasikan nilai kritis r -tabel, jika r hitung $>$ nilai kritis r -tabel *product moment* maka instrument dinyatakan valid atau dapat dikatakan bahwa item pernyataan dari cerminan setiap variable dalam penelitian ini keberadaanya pada istrument penelitian dinyatakan Valid (sah).

Dari responden sebanyak 50 orang maka r tabel dengan tingkat sig. 10% adalah 0,2353.

Dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel

Jika r hitung $>$ r tabel = maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.

Jika r hitung $<$ r tabel = maka item soal angket tersebut dinyatakan Tidak valid.⁴²

Untuk melihat secara jelas hasil uji validitas dapat dilihat pada *Pearson Correlation* dengan r tabel dan hasil sebagai berikut ini merupakan rekap uji validitas e-banking: Adapun hasil uji validitas dari setiap item pernyataan variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

a. SMS Banking

Tabel 8. Output SPSS Uji Validitas SMS Banking (X1)

		Correlations								
		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	TOTALX1
X1P1	Pearson Correlation	1	.317*	.265	.141	-.026	.052	-.173	-.099	.287*
	Sig. (2-tailed)		.026	.053	.329	.866	.720	.231	.496	.043
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1P2	Pearson Correlation	.317*	1	.278	.222	.428**	.202	.189	.198	.610**
	Sig. (2-tailed)	.025		.051	.121	.002	.159	.189	.168	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1P3	Pearson Correlation	.265	.278	1	.354*	.215	.106	-.059	.128	.532**
	Sig. (2-tailed)	.063	.051		.012	.133	.464	.686	.377	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1P4	Pearson Correlation	.141	.222	.354*	1	.587**	.379**	-.025	.125	.649**
	Sig. (2-tailed)	.329	.121	.012		.000	.007	.861	.388	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1P5	Pearson Correlation	-.026	.428**	.215	.587**	1	.436**	.103	.225	.680**
	Sig. (2-tailed)	.866	.002	.133	.000		.002	.475	.116	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1P6	Pearson Correlation	.052	.202	.106	.379**	.436**	1	.292*	.022	.631**
	Sig. (2-tailed)	.720	.159	.464	.007	.002		.040	.877	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1P7	Pearson Correlation	-.173	.189	-.059	-.025	.103	.292*	1	.539**	.455**
	Sig. (2-tailed)	.231	.189	.686	.861	.475	.040		.000	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X1P8	Pearson Correlation	-.099	.198	.128	.125	.225	.022	.539**	1	.476**
	Sig. (2-tailed)	.495	.168	.377	.368	.116	.877	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTALX1	Pearson Correlation	.287*	.610**	.632**	.649**	.680**	.631**	.455**	.476**	1
	Sig. (2-tailed)	.043	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2025

⁴²Uji validitas, <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-moment-ss.html> (diakses 10 Agustus 2019).

Tabel 9.Rekap Uji Validitas *SMS Banking*

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
SMS Banking (X_1)			
X1P1	0,287	0,2353	Valid
X1P2	0,610		Valid
X1P3	0,532		Valid
X1P4	0,649		Valid
X1P5	0,680		Valid
X1P6	0,631		Valid
X1P7	0,455		Valid
X1P8	0,476		Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Dari tabel 8 dan 9 di atas dapat menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari 8 butir pernyataan variabel *SMS Banking* diatas dapat diperoleh *Corrected Item* seperti diatas, maka apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel SMS Banking yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah). Hal ini bisa dilihat dari;

Hasil uji validitas dari X1P1 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,287) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X1P1 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X1P2 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,610) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X1P2 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X1P3 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,532) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X1P3 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

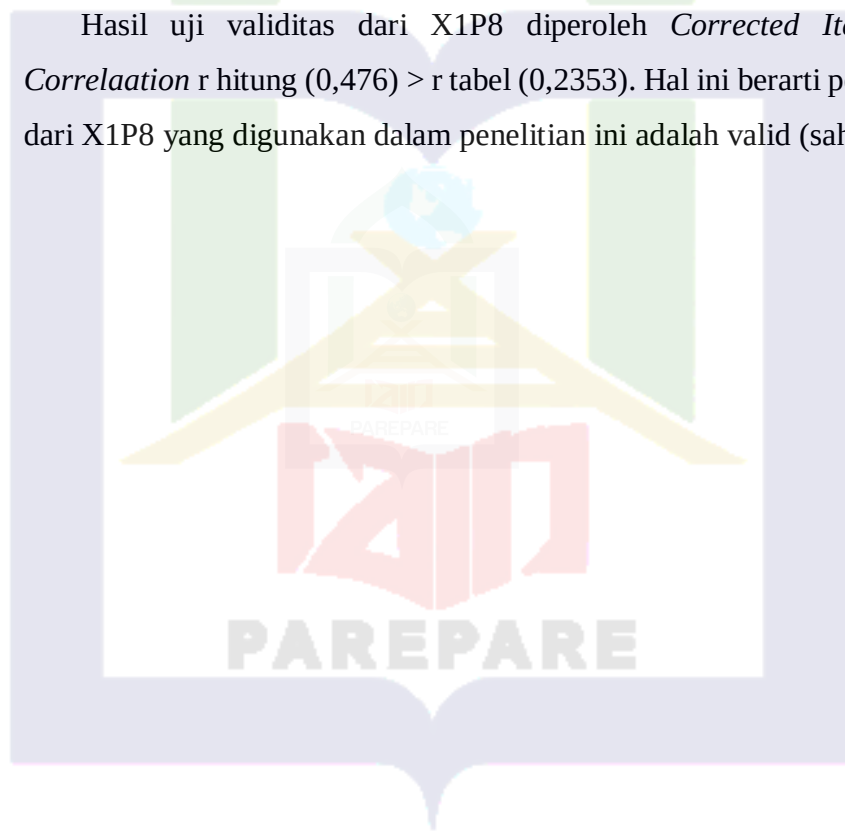
Hasil uji validitas dari X1P4 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,649) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X1P4 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X1P5 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,680) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X1P5 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X1P6 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,631) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X1P6 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X1P7 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,455) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X1P7 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X1P8 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,476) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X1P8 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).



b. *E-Banking*Tabel 10. Output SPSS Uji Validitas *E-Banking* (X2)

		Correlations								
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	TOTALX2
X2P1	Pearson Correlation	1	.561**	.122	.247	.316*	.059	.039	.108	.474**
	Sig. (2-tailed)		.000	.399	.084	.025	.685	.787	.457	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P2	Pearson Correlation	.561**	1	.511**	.400**	.483**	.049	.010	.143	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.000	.735	.943	.320	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P3	Pearson Correlation	.122	.511**	1	.376**	.322*	.058	-.005	.333*	.555**
	Sig. (2-tailed)	.399	.000		.007	.023	.688	.972	.018	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P4	Pearson Correlation	.247	.400**	.376**	1	.539**	.352*	.403**	.026	.719**
	Sig. (2-tailed)	.084	.004	.007		.000	.012	.004	.855	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P5	Pearson Correlation	.316*	.483**	.322*	.539**	1	.488**	.147	.173	.728**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.023	.000		.000	.309	.231	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P6	Pearson Correlation	.059	.049	.058	.352*	.488**	1	.403**	.291*	.594**
	Sig. (2-tailed)	.685	.735	.688	.012	.000		.004	.040	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P7	Pearson Correlation	.039	.010	-.005	.403**	.147	.403**	1	.377**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.787	.943	.972	.004	.309	.004		.007	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P8	Pearson Correlation	.108	.143	.333*	.026	.173	.291*	.377**	1	.510**
	Sig. (2-tailed)	.457	.320	.018	.855	.231	.040	.007		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTALX2	Pearson Correlation	.474**	.637**	.555**	.719**	.728**	.594**	.534**	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2025

Tabel 11. Rekap Uji Validitas *E-Banking*

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Mobile Banking (X ₂)			
X2P1	0,474	0,2353	Valid
X2P2	0,637		Valid
X2P3	0,555		Valid
X2P4	0,719		Valid
X2P5	0,728		Valid
X2P6	0,594		Valid
X2P7	0,534		Valid
X2P8	0,510		Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Dari tabel 10 dan 11 di atas dapat menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari 8 butir pernyataan variabel *E-Banking* diatas dapat diperoleh *Corrected Item* seperti diatas, maka apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal

ini berarti setiap butir pernyataan dari variable Mobile banking yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah). Hal ini bisa dilihat dari;

Hasil uji validitas dari X2P1 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,474) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X2P1 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X2P2 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,637) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X2P2 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X2P3 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,555) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X2P3 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X2P4 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,719) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X2P4 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X2P5 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,728) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X2P5 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X2P6 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,594) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X2P6 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X2P7 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,534) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X2P7 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari X2P8 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* r hitung (0,510) > r tabel (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari X2P8 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

c. Kepuasan Nasabah

Tabel 12. Output SPSS Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.868**	.546**	.436**	.226	.238	.557**	.411**	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.114	.096	.000	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.868**	1	.554**	.668**	.275	.459**	.435**	.535**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.053	.001	.002	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	.546**	.554**	1	.599**	.450**	.423**	.424**	.386**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.002	.002	.006	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.436**	.668**	.599**	1	.346*	.647**	.317*	.604**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.014	.000	.025	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	.226	.275	.450**	.346*	1	.757**	.291*	.168	.606**
	Sig. (2-tailed)	.114	.053	.001	.014		.000	.040	.242	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	.238	.459**	.423**	.647**	.757**	1	.282*	.361*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.096	.001	.002	.000	.000		.047	.010	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y7	Pearson Correlation	.557**	.435**	.424**	.317*	.291*	.282*	1	.296*	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.025	.040	.047		.037	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y8	Pearson Correlation	.411**	.535**	.386**	.604**	.168	.361*	.296*	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.006	.000	.242	.010	.037		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTALY	Pearson Correlation	.737**	.837**	.760**	.818**	.606**	.732**	.604**	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2025

Tabel 13.Rekap Uji Validitas kepuasan nasabah

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)			
Y1	0,737	0,2353	Valid
Y2	0,837		Valid
Y3	0,760		Valid
Y4	0,818		Valid
Y5	0,606		Valid
Y6	0,732		Valid
Y7	0,604		Valid
Y8	0,656		Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Dari tabel 12 dan 13 di atas dapat menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari 8 butir pernyataan variabel kepuasan nasabah diatas dapat diperoleh *Corrected Item* seperti diatas, maka apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variabel kepuasan nasabah yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah). Hal ini bisa dilihat dari;

Hasil uji validitas dari Y1 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,737) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari Y1 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari Y2 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,837) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari Y2 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari Y3 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,760) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari Y3 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari Y4 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,818) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari Y4 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari Y5 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,606) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari Y5 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari Y6 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,732) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari Y6 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari Y7 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,604) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari Y7 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

Hasil uji validitas dari Y8 diperoleh *Corrected Item Total Correlaation* $r \text{ hitung}$ (0,656) $> r \text{ tabel}$ (0,2353). Hal ini berarti pernyataan dari Y8 yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah).

2. Uji Heterokedastisitas

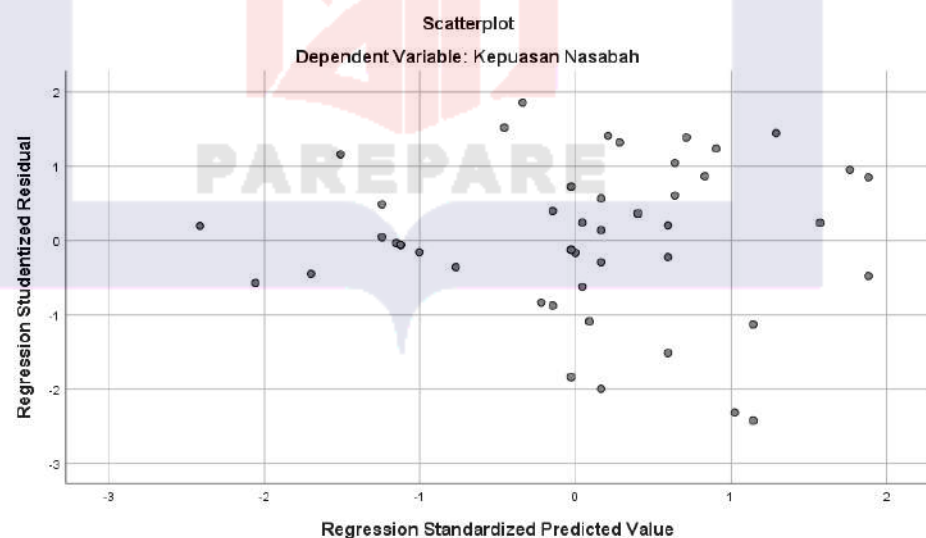
Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah Dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedastisitas dalam grafik *scatterplot* adalah:

- Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

Penelitian ini menggunakan metode *Scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya).

Gambar 2. Output SPSS Grafik Scatter Plot



Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Dari grafik diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Jadi dapat

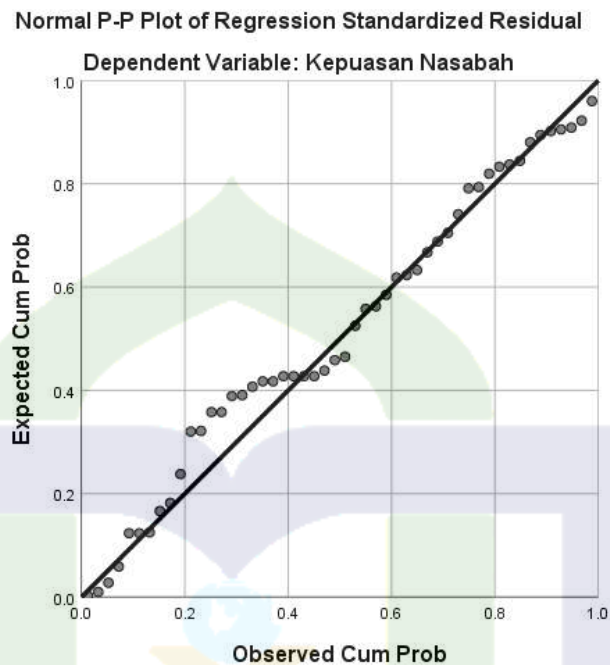
disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dan model penelitian ini merupakan model yang homokedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah model regresi yang digunakan memiliki residual yang terdistribusi secara normal atau tidak. Apabila didapatkan residual yang tidak tersebar secara normal pada suatu regresi, maka akan menghasilkan regresi yang tidak baik atau tidak konsisten dan efesien. Adapun hasil pengujian grafis normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 3. Output SPSS Grafik P-Plot



Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Peneliti mengambil uji normalitas dengan menggunakan uji one sample kolmogorov smirnov test menggunakan SPSS. Pendeteksian normalitas data apakah terdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Adapun hasil uji normalitas dari setiap item pernyataan variable dalam penelitian ini, dapat dilihat sebagai berikut Tabel 14. Output SPSS Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31914595
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.048
	Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2025

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah

Jika di *unstandardized residual* pada *Asymp. Sig.(2-tailed)* > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal, dan

Jika di *unstandardized residual* pada *Asymp. Sig.(2-tailed)* < 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel diatas menjelaskan pengujian normalitas menunjukkan bahwa semua variable penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang dapat dilihat dipenelitian *unstandardized residual* pada *Asymp. Sig.(2-tailed)* sebesar 0,086 atau $0,086 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. sehingga layak digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan E-banking Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap karena telah memenuhi asumsi normalitas.

C. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh dan seberapa besar pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap, maka dilakukan uji regresi linear berganda, sumbangan efektif dan sumbangan relatif.

1. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah. Model regresi yang dikembangkan adalah.

$$Y' = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y' : Kepuasan nasabah (variabel dependen atau nilai yang diprediksikan)

a : Konstanta (nilai yang tidak berubah)

β : Koefisien regresi

X_1 : *SMS Banking* (variabel independent atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

X_2 : *E-Banking* (variabel independent atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

e : eror

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 15. Output SPSS Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.181	5.981		1.033	.307
	SMS Banking (X1)	.250	.196	.184	1.276	.208
	Mobile banking (X2)	.538	.163	.475	3.297	.002

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y' = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y' = 6,181 + 0,250 + 0,538 + 5.981$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 6,181; artinya jika kualitas layanan *e-banking* nilainya adalah 0 maka nilai kepuasan nasabah (Y) sebesar 6,181.
- Koefisien regresi variabel *SMS Banking* (X1) sebesar 0,250; artinya jika variabel independen lainnya tetap dan kualitas layanan SMS Banking naik 1%, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,250.
- Koefisien regresi variabel *e-banking* (X2) sebesar 0,538; artinya jika variabel independen lainnya tetap dan kualitas layanan *e-banking* naik 1%, maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,538.
- Standar eror pada penelitian ini sebesar 5,981.

a. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 & X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Serta untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) atau tidak.

Berikut ini adalah hasil uji F

Tabel 16. Output SPSS Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	195.606	2	97.803	13.347	.000 ^b
	Residual	344.394	47	7.328		
	Total	540.000	49			

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Diketahui nilai F tabel sebesar 2,42 didapatkan dari rumus mencari F tabel

Jadi, $DF_1 = k - 1 (3 - 1) = 2$

$DF_2 = n - k (50 - 3) = 47$

Dari persamaan diatas diketahui nilai F hitung sebesar 13.347 dengan tingkat signifikansi 0.000 dan nilai F tabel sebesar 2.42.

Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka terdapat pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nabah.

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nabah.

Atau

Dengan membandingkan nilai Sig. dengan 0.05

Jika sig. $< 0,05$ maka terdapat pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nabah.

Jika sig. $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nabah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung sebesar $13.347 > 2.42$ atau $0,000 < 0,05$ dengan kata lain koefisien β_1 & β_2 mempengaruhi Y

secara bersama-sama sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi dapat dipakai atau digunakan untuk memprediksi kepuasan nasabah.

b. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji-t)

Uji parsial (uji-t) dilakukan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas (kualitas layanan e-banking) secara parsial/individu terhadap kepuasan nasabah di MTSN 1 sidrap. Pengujian variabel independen secara individu yang dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maksudnya yakni apakah model regresi variabel independen (X_1 , X_2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen (Y).

Dengan ketentuan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah.

Atau

Jika $Sig. < 0,05$ maka terdapat pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah.

Jika $Sig. > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah.

Berikut ini adalah hasil uji-t;

Tabel 17. Ouput SPSS Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	6.181	5.981		1.033
	SMS BANKING	.250	.196	.184	1.276
	MOBILE BANKING	.538	.163	.475	3.297
					Sig.
					.307
					.208
					.002

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Diketahui nilai T tabel = 1.67793 di dapatkan dari $DF = n-k$ dengan signifikansi 10% jadi $DF = 50-3 = 47$ dengan $Sig.$ 10%.

Dari output diketahui bahwa nilai t_{hitung} *SMS Banking* (X1) sebesar 1.276 dengan signifikansi sebesar 0.208 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.67793, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1.276 < 1.67793$, artinya *SMS Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dari output diketahui bahwa nilai t_{hitung} *E-Banking* (X2) sebesar 3.297 dengan signifikansi sebesar 0.002 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.67793, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $3.297 < 1.67793$, artinya *E-Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan arah pengaruh positif signifikan

2. Sumbangan Efektif

Sumbangan efektif merupakan sumbangan suatu variabel independent terhadap variabel dependen dalam analisis regresi. Penjumlahan dari sumbangan efektif semua variabel independen adalah sama dengan jumlah nilai R square (R^2), dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$SE(X)\% = \text{Beta}_X \times \text{Koefisien Korelasi} \times 100\%$$

ATAU

$$SE(X)\% = \text{Beta}_X \times r_{xy} \times 100\%$$

Tabel 18. Output SPSS nilai Standardized Coefficients Beta

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.181	5.981		1.033	.307
	SMS BANKING	.250	.196	.184	1.276	.208
	MOBILE BANKING	.538	.163	.475	3.297	.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Tabel 19. Output SPSS nilai Pearson Correlation

Correlations

		SMS BANKING	MOBILE BANKING	KEPUASAN NASABAH
SMS BANKING	Pearson Correlation	1	.588**	.463**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001
	N	50	50	50
MOBILE BANKING	Pearson Correlation	.588**	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
KEPUASAN NASABAH	Pearson Correlation	.463**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	
	N	50	50	50

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

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Tabel 20. Output SPSS Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.362	.335	2.707

a. Predictors: (Constant), MOBILE BANKING, SMS BANKING

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 2025

Dengan melihat dari output spss diatas bisa ditabulasikan untuk mencari sumbangan efektif diketahui, standardized coefficient (beta), koefisien korelasi dan % nilai R square

Tabel 21. Rekap Nilai SE, Koefisien Korelasi, dan Beta X

Variabel	Standarized coefficient (beta)	Koefisien Korelasi	R square (%)
SMS Banking(X1)	0,184	0,463	36,2
E-banking (X2)	0,475	0,583	

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2025

Maka dapat dimasukkan dalam rumus:

$$SE (SMS banking) = 0.184 \times 0,463 \times 100\% = 8,52$$

Maka dapat disimpulkan besaran variabel *SMS Banking* (X1) terhadap kepuasan nasabah adalah 8,52%, dan

$$SE (E-Banking) = 0,475 \times 0,583 \times 100\% = 27,69$$

Besaran variabel *E-Banking* (X2) terhadap kepuasan nasabah adalah 27,69%.

Maka variabel yang paling dominan memberikan sumbangsi besar terhadap kepuasan nasabah adalah variabel *E-Banking* (X2)

3. Sumbangan Relatif

Untuk mencari sumbangan relatif bisa dilakukan dengan membagi sumbangan efektif dengan Rsquare

$$SR(X)\% = \frac{SumbanganEfektif(X)\%}{R_{Square}}$$

ATAU

$$SR(X)\% = \frac{SE(X)\%}{R^2}$$

Rumus sumbangan relatif

Diketahui: SE SMS banking = 8,52%
 SE E-Banking = 27,69%
 Rsquare = 36,2%

$$SR SMS banking = \frac{8,25}{36,2} = 0,24 \times 100\% = 24\%$$

$$SR mobile banking = \frac{27,69}{36,2} = 0,76 \times 100\% = 76\%$$

$$SR Total = 24\% + 76\% = 100\%$$

Dari perhitungan sumbangan relatif diatas variabel *SMS banking* (X1) = 0,24 & *E-Banking* (X2) = 0,76 menunjukkan besarnya sumbangan suatu

variabel independen terhadap jumlah kuadrat regresi. Jumlah SR dari semua variabel independen adalah 100% atau sama dengan 1.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Layanan *SMS Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

SMS Banking adalah layanan informasi perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan media SMS (*short message service*). Jenis transaksi: transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran (kartu kredit), dan pembelian.⁴³

Kepuasan dalam transaksi dari penggunaan *SMS Banking* ini mempunyai berbagai macam manfaat seperti yang telah dijelaskan diatas dengan berbagai manfaat itu tentu masih ada saja kekurangan dari sebuah teknologi yang harus diterima oleh penggunaanya seperti biaya administrasi pernotifikasi dan *SMS Banking* hanya bisa dilakukan pada SIM Card yang telah terdaftar dengan pembayaran pertransaksi transfer dana. Oleh karna itu diharapkan tengan adanya teknologi seperti *SMS Banking* ini bisa tetap menjaga unsur efisiensi, pemenuhan janji, kesediaan sistem beroperasi, privasi, kepercayaan, dan tampilan sehingga dapat memberi kepuasan pada nasabah yang memakai teknologi tersebut.

Dari output diketahui bahwa nilai t_{hitung} *SMS Banking* (X1) sebesar 1.276 dengan signifikansi sebesar 0.208 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.67793, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $1.276 < 1.67793$, artinya *SMS Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun pada uji determinasi, variabel *SMS Banking* memberikan sumbangan sebesar 8,25% terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitria, dkk yang menyatakan bahwa kualitas layanan *SMS Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

⁴³ Wiji Narastuti, *Teknologi Perbankan*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm.29.

2. Pengaruh Kualitas Layanan *E-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

E-Banking (electronic banking) adalah layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui *alternative delivery channel* media elektronik seperti *Automatic Teller Machine* (ATM), *phone banking*, *electronic fundtransfer*, *electronic data capture/ point of sales*, *internet banking*, dan *mobile banking*.⁴⁴ Kecanggihan dari era teknologi sekarang ini menciptakan teknologi yang mampu di akses dengan jaringan internet tanpa dibatasi jarak ruang dan waktu tertentu dengan persyaratan teknologi tersebut mempunyai akses dengan internet. Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu lembaga keuangan perbankan yang memiliki teknologi yang diberi nama BSI Mobile yang bisa diakses dengan menggunakan tablet, laptop maupun smartphone dengan jaringan internet. Semua kegiatan transaksi perbankan bisa dipakai menggunakan aplikasi BSI Mobile kecuali penarikan secara tunai. Dengan adanya teknologi seperti BSI Mobile ini diharapkan konsisten memberikan pelayanan terbaik serta memberi kepuasan pada nasabah yang memakai teknologi tersebut.

Dari output diketahui bahwa nilai t_{hitung} *E-banking* (X2) sebesar 3.297 dengan signifikansi sebesar 0.002 dan nilai t_{tabel} sebesar 1.67793, maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $3.297 < 1.67793$, artinya *e-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mila Karomillah yang menyatakan bahwa kualitas layanan *e-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Layanan *SMS Banking* dan *E-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Untuk melihat pengaruh layanan e-banking berupa SMS banking dan mobile banking bank BSI terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.

⁴⁴ Ikatan banker Indonesia (IBI), *Memahami Supervise Audit Intern Bank*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016).

Dengan menggunakan analisis regresi berganda dan uji sumbangan efektif dan sumbangan relatif untuk melihat seberapa besar pengaruh layanan e-banking terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada uji F (simultan) dan uji T (parsial). Dengan melihat uji F diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung sebesar $13.347 > 2.42$ atau $0,000 < 0,05$ dengan kata lain koefisien β_1 & β_2 mempengaruhi Y secara bersama-sama sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh secara simultan kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imran Asis yang menyatakan bahwa kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Sumbangan pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank BSI terhadap kepuasan nasabah MTsN 1 Sidrap dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh determinasi (R^2) sebesar 0.362 artinya, kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* memberikan pengaruh 36,2% terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap sedangkan sisanya 63,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Rincian sumbangan pervariabel bisa dilihat dalam sumbangan efektif yaitu sumbangan besaran variabel *SMS Banking* (X1) terhadap kepuasan nasabah adalah 8,52% dan adapun sumbangan yang memberikan besaran variabel *e-banking* (X2) terhadap kepuasan nasabah adalah 27,69%. Maka dapat disimpulkan variabel yang paling dominan memberikan sumbangsi terhadap kepuasan nasabah adalah variabel *e-banking* (X2).

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Philip Kotler bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila ekspektasi konsumen tidak terpenuhi, mereka akan merasa kecewa. Sebaliknya apabila ekspektasi konsumen terpenuhi, mereka akan merasa puas. Begitupun jika layanan suatu jasa melebihi ekspektasi

konsumen, maka mereka akan sangat puas. Keseluruhan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu semakin efisien, memenuhi janji, sistem bersedia beroperasi, privasi, terpercaya, tampilan yang baik sebuah kualitas layanan *e-banking* maka semakin besar juga kepuasan yang dirasakan nasabah tersebut.

Penelitian ini menghasikan pembuktian dengan mengangkat rumusan masalah dengan memberikan dugaan sementara (Hipotesis) terlihat seperti:

- 1) Mengangkat rumusan masalah apakah ada pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap. Untuk itu penulis mengajukan dugaan sementara bahwa ada pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap, hasil uji koefisien regresi secara parsial (uji-t) menunjukkan dugaan sementara yang diajukan penulis **Tidak Terbukti** bahwa kualitas layanan *SMS Banking* BSI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.
- 2) Mengangkat rumusan masalah apakah ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap. Untuk itu penulis mengajukan dugaan sementara bahwa ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap, hasil uji koefisien regresi secara parsial (uji-t) menunjukkan dugaan sementara yang diajukan penulis **Terbukti** bahwa kualitas layanan *e-banking* BSI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.
- 3) Mengangkat rumusan masalah apakah ada pengaruh secara simultan kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap. Untuk itu penulis mengajukan dugaan sementara bahwa ada pengaruh secara simultan kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap, hasil uji koefisien regresi secara simultan (uji-F) menunjukkan dugaan sementara yang diajukan penulis **Terbukti** bahwa kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-*

banking BSI berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh kualitas layanan *SMS Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTsN 1 Sidrap.

B. Saran

Dilihat dari hasil penelitian ini mengenai kualitas layanan *SMS Banking* dan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah. Maka saran untuk pihak perbankan (PT. Bank Syariah Indonesia) aspek efisiensi, pemenuhan janji, dan ketersediaan sistem beroperasi, serta menjaga privasi dan kepercayaan nasabah dari layanan *e-banking* tetap dipertahankan karena mengingat banyaknya pesaing-pesaing di dunia perbankan yang dapat menarik perhatian nasabah.

Calon nasabah yang ingin merasakan langsung kualitas layanan *e-banking* yang disediakan oleh bank tersebut agar menjaga kerahasiaan data diri dari pengaksesan teknologi tersebut agar nasabah akan selalu aman dalam bertransaksi menggunakan teknologi serta menjaga hubungan antara nasabah dengan pihak perbankan tetap terjaga dengan baik serta nama baik perusahaan tetap terjaga dikalangan masyarakat.

PT. Bank Syariah Indonesia harus benar-benar menjaga data nasabah agar nasabah dapat percaya dan merasa aman menggunakan teknologi tersebut dan

perusahaan lebih kiat berinovasi dalam hal teknologi ini agar dapat memenuhi segala aspek kebutuhan perbankan yang di inginkan oleh nasabah tersebut, sehingga nasabah akan selalu puas dalam menggunakan teknologi tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim.

- Asis, Imran. 2020. "Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Parepare". Skripsi Sarjana; Jurusan Perbankan Syariah: Parepare.
- Faradiba, Besse. 2021. 'Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan serta Loyalitas Pengguna Belanja Online Selama Pandemi COVID-19', Ganaya: *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, No.1.
- Ghodang, Hironymus dan Hantono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*. Medan: Mitra Grup.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Husnul Hafiz. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah UIN SUSKA Riau". Skripsi Sarjana; Jurusan Ekonomi Syariah, Riau.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). 2016. *Memahami Supervise Audit Intern Bank*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kamal Zubair, Muhammad, dkk. 2020. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management, Thirteenth Edition*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, Hepi Puji. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BRI Syariah Tbk. KCP Sungai Rumbai Dharmasraya". Skripsi Sarjana; Jurusan Perbankan Syariah: Batusangkar.
- Mila Karomillah. 2015. "Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade". Skripsi Sarjana; Jurusan Manajemen Dakwah: Jakarta.
- Muhamad. 2017. *Lembaga Perekonomian Islam (Perspektif Hukum, Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2015. *Bijak Ber-electronic Banking*. Jakarta: OJK.
- PT. Bank Syariah Indonesia. https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html. (diakses pada Januari 2023).
- Putri Mauliddina dkk. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Rumah Sakit Thursina". *Jurnal Riset dan Pengembangan Ekonomi Islam*: Riau.

- Republik Indonesia. 1992. "Undang-Undang RI Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan". Jakarta: Dharma Bhakti, t.th.
- Republik Indonesia. 2008. "Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah". Jakarta: Dharma Bhakti, t.th.
- S. Sugiarto, Dergibson. 2006. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Said, Zainal. 2021. 'Strategi Marketing Funding dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank BNI Syariah Parepare'. Banco: *Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah* Vol. 3.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elax Media Komputindo.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. 2002. *Statistika untuk Penelitian* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, Puguh. 2009. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Suryani, Tatik. 2017. *Manajemen Strategik Bank di Era gLobal: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wiji Narastuti. 2011. *Teknologi Perbankan*. Jakarta: Graha Ilmu.

LAMPIRAN



Lampiran 1. Izin Meneliti dari Pemerintah Sidrap



PEMERINTAH KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 JL. HARAPAN BARU KOMPLEKS SKPD BLOK A NO. 5 KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
 PROVINSI SULAWESI SELATAN
 Telepon (0421) - 3590005 Email : ptsp_sidrap@yahoo.co.id Kode Pos : 91611

IZIN PENELITIAN

Nomor : 520/IP/DPMPTSP/11/2023

DASAR

1. Peraturan Bupati Sidenreng Rappang No. 1 Tahun 2017 Tentang Pendelegasian Kewenangan di Bidang Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sidenreng Rappang
2. Surat Permohonan **A. SOPHIA LATIFAH L** Tanggal **23-11-2023**
3. Berita Acara Telaah Administrasi / Telaah Lapangan dari Tim Teknis **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE (IAIN)** Nomor **B-6106/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/20** Tanggal **22-11-2023**

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : A. SOPHIA LATIFAH L
ALAMAT : JL. POROS PINRANG, KEL. DUAMPANUA, KEC. BARANTI
UNTUK : melaksanakan Penelitian dalam Kabupaten Sidenreng Rappang dengan keterangan sebagai berikut :

NAMA LEMBAGA / UNIVERSITAS : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE (IAIN)
JUDUL PENELITIAN : " PENGARUH KUALITAS LAYANAN E-BANKING BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI MTsN 1 SIDRAP "

LOKASI PENELITIAN : MTsN 1 SIDENRENG RAPPANG

JENIS PENELITIAN : KUANTITATIF
LAMA PENELITIAN : 23 November 2023 s.d 23 Desember 2023

Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung

Dikeluarkan di : Pangkajene Sidenreng
 Pada Tanggal : 23-11-2023




Biaya : Rp. 0,00

Tembusan :

- KEPALA SEKOLAH MTsN 1 SIDENRENG RAPPANG
- PIMPINAN CABANG BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KC SIDRAP
- DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE (IAIN)
- PERTINGGAL

Lampiran 2. Izin Meneliti dari MTs N 1 Sidrap



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
Jalan Poros Pinrang No. 1A Baranti Kabupaten Sidrap Teepon (0421) 3683897 Kotak Pos 91652
Email : admin@mtsn-baranti.sch.id Website: www.mtsn-baranti.sch.id

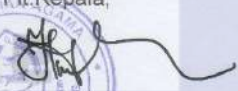
KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 896 /MTs.21.18.0001/12/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Sidenreng Rappang menerangkan bahwa :

Nama : A.Sophia Latifah L
N I M : 19.2400.081
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nama Lembaga : Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN)

Benar telah mengadakan / melaksanakan penelitian di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Sidenreng Rappang, Tanggal, 23 November sd 23 Desember 2023 dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas layanan E-Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTs Negeri 1 Sidenreng Rappang "

Demikian keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Baranti, 23 Desember 2023
Pdt. Kepala,

Drs. H. Hamka
NIP. 196812311998031015



Lampiran 3.Surat Keterangan Selesai Meneliti



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG
MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI I
Jalan Poros Pinrang No. 1A Baranti Kabupaten Sidenreng Rappang Telepon (0421) 3683897 Kotak Pos 91652
Email : admin@mts1sidrap.sch.id Website: www.mtsn-1sidrap.sch.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 808 /MTs.21.18.0001/TL.00/11/2023

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dalam rangka penyusunan Skripsi Bagi Mahasiswa Tahap Akhir Penyelesaian studi dilingkup Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) , maka saya yang bertanda tangan di bawah :

Nama	: Drs.H.Hamka
NIP	: 196812311998031015
Instansi	: Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Sidenreng Rappang

Dengan ini menerangkan bahwa

a. Nama Mahasiswa	: A.Sophia Latifah L
b. NIM	: 19.2400.081
c. Institusi	: Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN)
d. Prodi	: Ekonomi Syariah
e. Judul Skripsi	: " Pengaruh Kualitas layanan E-Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap kepuasan nasabah di MTs negeri 1 Sidenreng Rappang "
f. Lokasi Penelitian	: Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Sidenreng Rappang

Sesuai dengan judul penelitian di atas, maka Kami tidak merasa keberatan apabila mahasiswa yang bersangkutan melaksanakan penelitian selama 1 (Satu) bulan di Instansi kami.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih

Baranti, 23 November 2023
Pit Kepala,

Drs. H. Hamka
NIP. 196812311998031015



Lampiran 4.Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Bapak/Ibu/Saudara/i dalam rangka menyelesaikan karya (skripsi) pada Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare maka saya,

Nama : A.Sophia Latifah L

NIM : 19.2400.081

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan *E-Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Nasabah di MTsN 1 Sidrap.

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,



A.Sophia Latifah L

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Pernyataan yang ada, mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya, sehingga tidak ada pernyataan yang tidak terisi atau terlewat.
2. Berilah tanda centang pada jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i pada kolom yang telah disediakan.

Pilihlah jawaban yang sesuai pendapat atas pernyataan. Dengan keterangan dibawah ini:

SS: Sangat Setuju=5

S: Setuju=4

N: Netral=3

TS: Tidak Setuju=2

STS: Sangat Tidak Setuju=1

3. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban.

II. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
4. Umur :
☐ 21-30 ☐ 41-50
☐ 31-40 ☐ 51-60
5. Jabatan :

III. PERNYATAAN PENELITIAN

1. *E-Banking*
 - a. Variabel SMS Banking (X_1)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Efisiensi						
1.	Dengan SMS Banking saya tidak perlu ke bank untuk mendapatkan informasi rekening					

2.	Saya tidak memerlukan usaha keras untuk mendapatkan informasi rekening di SMS Banking BSI					
Pemenuhan janji						
3.	Saya mendapatkan akses solusi keuangan syariah melalui SMS Banking					
4.	Saya mendapatkan informasi mutasi rekening dengan akurat melalui SMS Banking					
Ketersediaan sistem beroperasi						
5.	Saya mendapatkan informasi mutasi rekening melalui SMS Banking BSI dengan <i>real time</i>					
Privasi						
6.	Dengan layanan SMS Banking BSI, hanya saya yang dapat menerima informasi rekening saya					
Jaminan/kepercayaan						
7.	Saya percaya SMS Banking BSI dapat menjamin keakuratan informasi yang diberikan					
Tampilan						
8.	Saya dapat mudah memahami informasi yang diberikan layanan SMS Banking BSI					

b. Variabel *Mobile Banking*(X₂)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Efisiensi						

1.	Dengan BSI Mobile saya tidak perlu ke kantor cabang untuk melakukan transaksi non tunai					
2.	Saya tidak memerlukan usaha keras untuk bertransaksi melalui BSI Mobile					
Pemenuhan janji						
3.	Saya mendapatkan akses solusi keuangan syariah melalui BSI Mobile					
4.	Saya merasakan keakuratan ketika bertransaksi menggunakan BSI Mobile					
Ketersediaan sistem beroperasi						
5.	Sayadapat mengoperasikan BSI Mobile sesuai kebutuhan saya					
Privasi						
6.	Saya merasa privasi lebih terjaga dengan menggunakan BSI Mobile					
Jaminan/kepercayaan						
7.	Saya percaya BSI dapat menjamin kerahasiaan data saya di BSI Mobile					

Tampilan					
8.	Saya mudah menggunakan BSI Mobile karena tampilan yang jelas dan mudah dipahami				

2. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Rasa Loyal						
1.	Saya merasa puas dan akan loyal menggunakan layanan SMS Banking BSI					
2.	Saya merasa puas dan akan loyal menggunakan layanan BSI Mobile					
Selalu ingin menggunakan						
3.	Saya akan terus menggunakan layanan SMS Banking oleh BSI untuk mendapatkan informasi rekening					
4.	Saya akan terus menggunakan layanan BSI Mobile untuk bertransaksi					
Merekomendasikan						
5.	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat untuk menggunakan layanan SMS Banking BSI					
6.	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat untuk menggunakan BSI Mobile					
Hubungan harmonis						

7.	Saya percaya terhadap informasi yang diberikan BSI melalui SMS Banking					
8.	Saya mempercayakan BSI di setiap transaksi saya menggunakan BSI Mobile					



Lampiran 5. Jawaban Responden Tentang Kualitas Layanan SMS Banking (X1)

No.	SMS Banking (X1)								Total X1
	X1p1	X1p2	X1p3	X1p4	X1p5	X1p6	X1p7	X1p8	
1	5	4	4	5	5	5	4	5	37
2	5	4	4	4	4	4	5	5	35
3	5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	5	4	4	3	4	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	4	4	38
6	5	5	4	5	5	5	5	5	39
7	5	5	4	4	4	5	5	4	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	2	5	5	5	5	5	35
10	5	5	4	4	4	5	5	5	37
11	4	4	4	5	4	4	4	4	33
12	5	5	4	5	4	5	4	4	36
13	4	4	3	3	4	2	5	5	30
14	5	4	5	5	4	4	4	5	36
15	5	5	4	5	5	4	3	4	35
16	5	4	5	5	4	4	5	4	36
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	4	5	5	5	5	5	39
19	5	5	5	5	5	5	4	4	38
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	4	5	5	4	4	4	36
22	5	5	4	5	5	5	5	5	39
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	5	5	4	5	5	5	5	4	38
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	5	4	4	4	4	4	4	4	33
27	5	4	4	4	4	4	4	4	33
28	5	5	5	4	4	4	5	5	37
29	5	5	4	4	4	3	3	4	32
30	5	5	5	5	5	3	4	5	37
31	5	5	5	4	4	3	4	5	35
32	5	5	5	5	5	4	4	5	38
33	4	5	4	4	5	5	5	5	37
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	5	5	5	5	4	5	39
36	5	5	4	4	4	4	5	5	36
37	5	5	4	5	4	4	5	5	37
38	5	5	5	4	5	4	5	4	37
39	4	5	5	5	5	5	4	4	37

40	4	4	5	5	5	5	5	5	38
41	4	5	5	5	5	5	5	5	39
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	4	4	5	5	4	4	5	5	36
44	4	5	4	4	5	4	5	5	36
45	5	4	5	5	5	5	3	4	36
46	5	4	4	4	4	4	4	4	33
47	5	5	5	4	4	5	5	5	38
48	4	5	4	4	5	5	5	5	37
49	5	5	4	5	5	5	5	4	38
50	5	5	5	5	5	3	4	5	37

Lampiran 6. Jawaban Responden Tentang Kualitas Layanan Mobile Banking (X2).

No.	Mobile Banking (X2)								Total X2
	X2p1	X2p2	X2p3	X2p4	X2p5	X2p6	X2p7	X2p8	
1	5	4	4	5	5	5	5	5	38
2	4	4	5	5	4	4	5	5	36
3	4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	5	5	3	4	33
5	5	4	4	4	5	5	3	4	34
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	5	4	5	5	4	3	4	35
8	5	5	4	4	5	4	5	5	37
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	5	5	4	4	5	5	5	4	37
11	4	4	4	4	4	4	3	3	30
12	4	4	4	5	4	4	5	4	34
13	4	3	4	2	4	4	4	5	30
14	4	4	4	4	5	5	5	5	36
15	5	4	3	4	4	3	4	4	31
16	4	4	4	5	5	5	4	4	35
17	5	5	5	5	5	5	4	5	39
18	5	5	4	5	5	5	4	5	38
19	5	5	4	4	5	5	5	5	38
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	4	4	5	4	4	5	36
22	4	4	4	5	5	5	5	5	37
23	4	5	4	5	5	4	5	4	36
24	5	5	4	4	5	4	4	4	35
25	4	4	4	4	4	4	4	5	33
26	5	4	4	4	4	4	4	4	33
27	5	4	4	4	4	4	4	4	33

28	4	4	4	4	4	5	5	5	35
29	4	5	5	3	4	4	3	5	33
30	5	5	5	4	5	3	3	5	35
31	5	5	5	4	4	4	4	5	36
32	5	5	5	4	5	4	4	5	37
33	5	5	5	5	5	4	4	4	37
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	4	5	5	5	4	5	38
36	5	5	4	4	4	5	4	5	36
37	5	5	4	4	3	3	5	5	34
38	5	5	4	4	5	4	4	4	35
39	4	5	5	5	5	4	4	4	36
40	4	4	4	4	4	3	4	4	31
41	4	4	5	4	5	4	4	5	35
42	5	5	5	5	4	4	4	4	36
43	5	5	4	4	5	5	4	4	36
44	4	4	3	3	4	3	4	5	30
45	4	5	5	3	4	4	3	5	33
46	5	4	4	4	4	4	4	4	33
47	4	4	4	4	5	5	5	5	36
48	5	5	5	5	5	4	4	4	37
49	5	5	4	4	5	4	4	4	35
50	5	5	5	4	5	3	3	5	35

Lampiran 7. Jawaban Tentang Kepuasan Nasabah (Y).

No.	Kepuasan Nasabah (Y)								Total Y
	Yp1	Yp2	Yp3	Yp4	Yp5	Yp6	Yp7	Yp8	
1	5	5	5	5	4	5	5	5	39
2	4	4	4	4	4	4	5	4	33
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	4	4	4	5	4	4	4	5	34
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	3	3	4	3	4	4	4	4	29
12	5	5	5	4	4	4	5	5	37
13	5	4	5	2	4	3	4	3	30
14	4	4	5	5	4	4	4	5	35
15	4	4	4	4	5	5	4	4	34

16	5	5	4	4	4	4	4	5	35
17	5	5	4	5	4	5	5	5	38
18	4	3	4	3	4	3	5	5	31
19	4	4	4	4	3	3	5	4	31
20	5	5	5	5	4	4	4	5	37
21	4	4	5	5	4	4	4	4	34
22	5	5	5	5	4	5	5	4	38
23	5	5	5	4	4	4	5	5	37
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	5	4	5	4	5	4	5	4	36
28	4	4	4	4	4	4	4	5	33
30	4	4	4	4	5	5	4	4	34
31	4	4	4	4	5	5	5	4	35
32	5	5	5	5	5	5	5	4	39
33	4	4	5	5	4	5	4	4	35
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	4	4	4	4	5	5	4	4	34
36	3	3	4	4	4	4	4	4	30
37	4	4	5	5	5	5	5	5	38
38	4	4	3	3	4	3	4	5	30
39	4	4	5	5	5	5	5	5	38
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	4	4	5	5	5	5	5	5	38
42	5	5	5	5	4	4	5	5	38
43	5	5	5	5	4	4	4	4	36
44	3	3	4	4	4	4	4	4	30
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	4	5	4	5	4	5	4	36
48	4	4	5	5	4	5	4	5	36
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	5	5	4	4	34

Output SPSS

Uji Validitas

Lampiran 8.Hasil Uji Validitas SMS Banking (X1)

		Correlations								
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	TOTALX2
X2P1	Pearson Correlation	1	.561**	.122	.247	.316*	.059	.039	.108	.474**
	Sig. (2-tailed)		.000	.399	.084	.025	.685	.787	.457	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P2	Pearson Correlation	.561**	1	.511**	.400**	.483**	.049	.010	.143	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.000	.735	.943	.320	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P3	Pearson Correlation	.122	.511**	1	.376**	.322*	.058	-.005	.333*	.555**
	Sig. (2-tailed)	.399	.000		.007	.023	.688	.972	.018	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P4	Pearson Correlation	.247	.400**	.376**	1	.539**	.352*	.403**	.026	.719**
	Sig. (2-tailed)	.084	.004	.007		.000	.012	.004	.855	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P5	Pearson Correlation	.316*	.483**	.322*	.539**	1	.488**	.147	.173	.728**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.023	.000		.000	.309	.231	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P6	Pearson Correlation	.059	.049	.058	.352*	.488**	1	.403**	.291*	.594**
	Sig. (2-tailed)	.685	.735	.688	.012	.000		.004	.040	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P7	Pearson Correlation	.039	.010	-.005	.403**	.147	.403**	1	.377**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.787	.943	.972	.004	.309	.004		.007	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P8	Pearson Correlation	.108	.143	.333*	.026	.173	.291*	.377**	1	.510**
	Sig. (2-tailed)	.457	.320	.018	.855	.231	.040	.007		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTALX2	Pearson Correlation	.474**	.637**	.555**	.719**	.728**	.594**	.534**	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Mobile Banking (X2)

		Correlations								
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	TOTALX2
X2P1	Pearson Correlation	1	.561**	.122	.247	.316*	.059	.039	.108	.474**
	Sig. (2-tailed)		.000	.399	.084	.025	.685	.787	.457	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P2	Pearson Correlation	.561**	1	.511**	.400**	.483**	.049	.010	.143	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.000	.735	.943	.320	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P3	Pearson Correlation	.122	.511**	1	.376**	.322*	.058	-.005	.333*	.555**
	Sig. (2-tailed)	.399	.000		.007	.023	.688	.972	.018	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P4	Pearson Correlation	.247	.400**	.376**	1	.539**	.352*	.403**	.026	.719**
	Sig. (2-tailed)	.084	.004	.007		.000	.012	.004	.855	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P5	Pearson Correlation	.316*	.483**	.322*	.539**	1	.488**	.147	.173	.728**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.023	.000		.000	.309	.231	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P6	Pearson Correlation	.059	.049	.058	.352*	.488**	1	.403**	.291*	.594**
	Sig. (2-tailed)	.685	.735	.688	.012	.000		.004	.040	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P7	Pearson Correlation	.039	.010	-.005	.403**	.147	.403**	1	.377**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.787	.943	.972	.004	.309	.004		.007	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
X2P8	Pearson Correlation	.108	.143	.333*	.026	.173	.291*	.377**	1	.510**
	Sig. (2-tailed)	.457	.320	.018	.855	.231	.040	.007		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTALX2	Pearson Correlation	.474**	.637**	.555**	.719**	.728**	.594**	.534**	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

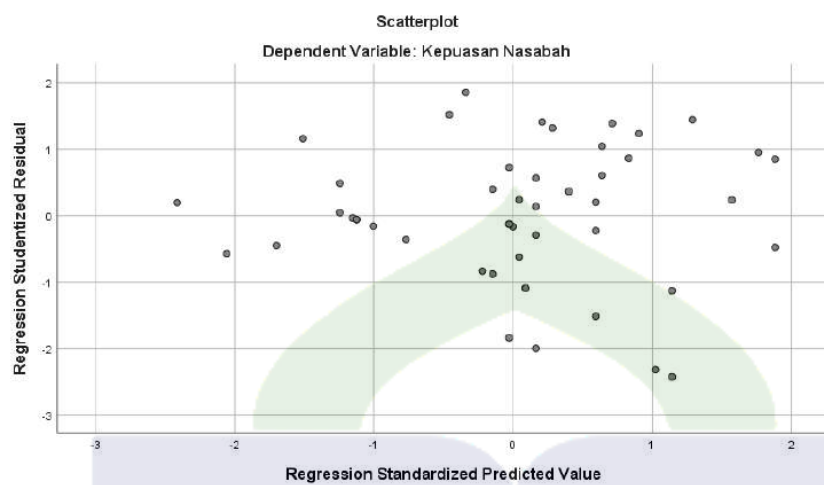
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.868**	.546**	.436**	.226	.238	.557**	.411**	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.114	.096	.000	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	.868**	1	.554**	.668**	.275	.459**	.435**	.535**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.053	.001	.002	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	.546**	.554**	1	.599**	.450**	.423**	.424**	.386**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.002	.002	.006	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.436**	.668**	.599**	1	.346*	.647**	.317*	.604**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.014	.000	.025	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	.226	.275	.450**	.346*	1	.757**	.291*	.168	.606**
	Sig. (2-tailed)	.114	.053	.001	.014		.000	.040	.242	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	.238	.459**	.423**	.647**	.757**	1	.282*	.361*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.096	.001	.002	.000	.000		.047	.010	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y7	Pearson Correlation	.557**	.435**	.424**	.317*	.291*	.282*	1	.296*	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.025	.040	.047		.037	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Y8	Pearson Correlation	.411**	.535**	.386**	.604**	.168	.361*	.296*	1	.656**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.006	.000	.242	.010	.037		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTALY	Pearson Correlation	.737**	.837**	.760**	.818**	.606**	.732**	.604**	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

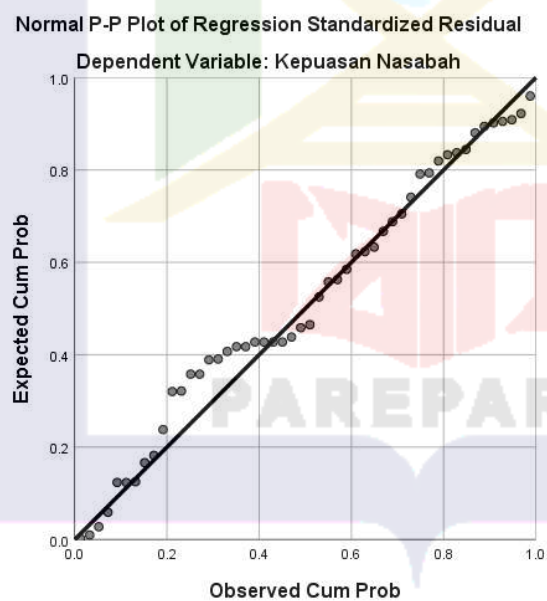
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 11. Uji Heterokedastisitas



Uji Normalitas

Lampiran 12. Uji normalitas dengan Scatter Plot



Lampiran 13. Uji normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31914595
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.048
	Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 14. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.181	5.981		1.033	.307
	SMS Banking (X1)	.250	.196	.184	1.276	.208
	Mobile banking (X2)	.538	.163	.475	3.297	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Lampiran 15. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	195.606	2	97.803	13.347	.000 ^b
	Residual	344.394	47	7.328		
	Total	540.000	49			

- a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH
 b. Predictors: (Constant), MOBILE BANKING, SMS BANKING

Lampiran 16. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.181	5.981		1.033	.307
	SMS BANKING	.250	.196	.184	1.276	.208
	MOBILE BANKING	.538	.163	.475	3.297	.002

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Lampiran 17. Uji Determinasi

Uji determinasi dilakukan untuk menentukan sumbangan efektif dan sumbangan relatif.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.602 ^a	.362	.335	2.707

a. Predictors: (Constant), MOBILE BANKING, SMS BANKING

Lampiran 18. Tabel r

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>). 2010

Lampiran 19.Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>). 2010

Lampiran 20. Tabel t

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463
69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258





BIODATA PENULIS



A. Sophia Latifah L, lahir di Ujung Pandang pada tanggal 2 Maret 1998. Penulis merupakan Warga Negara Indonesia dan beragama Islam. Penulis memulai pendidikan dasar di SD N 7 Baranti (lulus tahun 2010), kemudian melanjutkan pendidikan di MTs N Baranti (lulus tahun 2013), lalu melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Baranti (lulus tahun 2016). Pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Parepare mengambil program studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Untuk memperoleh gelar Serjana Ekonomi (S.E.), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya tugas akhir berupa skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan E-Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap Kepuasan Nasabah di MTs N 1 Sidrap.