

**ANALISIS PEMBUKAAN REKENING *ONLINE*  
TERHADAP KEPUASAAN NASABAH  
BANK SYARIAH INDONESIA  
KANTOR CABANG PEMBANTU DRAMAGA BOGOR**

**Eneng Kurniasih<sup>1</sup>, Tubagus Rifqy Thantawi<sup>2</sup>, Miftakhul Anwar<sup>3</sup>.**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

<sup>1</sup>nengnia77@gmail.com, <sup>2</sup>trifqythan@febi-inais.ac.id,

<sup>3</sup>miftakhulanwar@febi-inais.ac.id.

**ABSTRACT**

*Online account opening is regulated in Financial Services Authority Regulation (POJK) Number 12/PJOK03/2018 concerning the Implementation of Digital Banking Services by Commercial Banks. The Financial Services Authority regulates the provision of digital services for sharia and conventional banks. With these regulations, Bank Syariah Indonesia can provide digital or online services based on existing regulations. This digital or online service provided by Bank Syariah Indonesia aims to make things easier and save customers' time. In connection with this, the aim of this research is to analyze opening an online account on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia, Dramaga Bogor Branch Office. The research method used is a quantitative method. The variables in this research are Service Quality (X1) and Information Quality (X2) and Customer Satisfaction (Y). The research uses SPSS Version 23 tools. The results of this research conclude that service quality and information quality have a positive effect on customer satisfaction.*

*Keywords: Online Account Opening, Service Quality, Information Quality, Customer Satisfaction..*

**ABSTRAK**

Pembukaan rekening secara *online* diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 12/PJOK03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Otoritas Jasa Keuangan mengatur penyelenggaraan layanan digital tersebut untuk bank syariah maupun bank konvensional. Dengan adanya peraturan tersebut, maka Bank Syariah Indonesia dapat melakukan pelayanan digital atau *online* dengan berdasarkan peraturan yang ada. Layanan digital atau *online* yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia ini bertujuan untuk mempermudah dan menghemat waktu nasabah. Berhubungan dengan hal tersebut, tujuan penelitian ini untuk menganalisis pembukaan rekening *online* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Dramaga Bogor. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Adapun variabel penelitian ini adalah Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Informasi (X2) dan Kepuasan Nasabah (Y). Penelitian menggunakan alat bantu SPSS Versi 23. Hasil penelitian

ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kata-kata Kunci: Pembukaan Rekening *Online*, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Kepuasan Nasabah.

## I. PENDAHULUAN.

Salah satu karakteristik dari bank syariah ialah tidak memungut bunga pada nasabah atau membebaskan bunga kepada nasabah, tetapi sesuai dengan kesepakatan akad yaitu untuk mengumpulkan atau menerima bagi hasil dan tindakan intensif lainnya. Konsep tersebut didasarkan pada Al-Quran dan sunnah. Perbankan syariah meluncurkan layanan *digital branch* dan layanan pembukaan rekening *online*. Bank syariah yang pertama yang buka fitur rekening *online* adalah Bank Syariah Mandiri sekarang sudah merger dengan bank syariah lainnya milik pemerintah pusat, dan menjadi Bank Syariah Indonesia. Pembukaan rekening *online* ini melalui aplikasi Bank Syariah Indonesia tujuannya masyarakat dapat membuka rekening tanpa harus datang ke kantor cabang. Cukup dengan mengunduh aplikasi BSI di *handphone* dan mengikuti prosesnya, dalam waktu 10 menit saja, masyarakat sudah memiliki rekening Bank Syariah Indonesia.

Bagi nasabah yang membuka rekening digital melalui Bank Syariah Indonesia *Mobile* harus mengunduh aplikasinya terlebih dahulu. Setelah mengunduh dan kemudian mengisi *form* melalui *mobile banking* dan akan melalui proses seperti melalui proses menunjukkan kartu identitas seperti KTP, Foto dengan KTP, tanda-tangan dan lainnya. Kemudahan yang ditawarkan membuat masyarakat tidak perlu khawatir

untuk dapat membuka rekening secara *online*.

Pembukaan rekening secara *online* diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/PJOK03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Otoritas Jasa Keuangan mengatur penyelenggaraan layanan digital tersebut untuk bank syariah maupun bank konvensional. Dengan adanya peraturan tersebut, maka Bank Syariah Indonesia dapat melakukan pelayanan digital atau *online* dengan berdasarkan peraturan yang ada. Layanan digital atau *online* yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia ini bertujuan untuk mempermudah dan menghemat waktu nasabah. Durasi dalam pembukaan rekening *online* ini hanya memakan waktu kurang lebih 20 menit untuk setiap pembukaan rekening. Pelayanan ini dapat diakses 24 jam oleh nasabah, sehingga nasabah tidak perlu khawatir terkait waktu dalam pembukaan rekening secara *online* hanya terdiri dari dua produk, yakni tabungan dan deposito.

Kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah memiliki hubungan yang erat dalam dunia perbankan syariah. Menurut Freddy Rangkuti, tidak adanya produk yang berkualitas kalau tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang luar biasa. Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh layanan dengan baik. Sebaliknya, layanan yang

luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas yang sesuai dengan harapan nasabah atau kepuasan nasabah (Rangkuti, 2016:7), sedangkan menurut Kotler dan Keller, semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan (Kotler & Keller, 144). Surat Al Qur'an Al Baqarah ayat 267 tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas yang memberikan yang baik bukan yang buruk.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا  
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَتَّبِعُوا الْخَيْبَتِ مِنْهُ تُنْفِقُونَ  
وَأَسْتُمْ بِأَعْيُنِكُمْ حَافِظُونَ ۗ وَلَا تَتَّبِعُوا الْخَيْبَتِ مِنْهُ تُنْفِقُونَ  
حَمِيدٌ

Artinya “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”.

Pelayanan berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkokoh posisi didalam mind share konsumen. Adanya kedua unsur tersebut tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula (Thorik G dan Utus H, 2006:77).

Kualitas layanan seringkali sulit untuk dapat dicapai karena para pegawai tidak selalu memahami bagaimana cara memberikan layanan yang berkualitas terhadap kepuasan Nasabah. Dalam hal bank syariah, pemahaman mengenai

produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah seringkali tidak sama antara bank syariah dan nasabahnya. Hal ini menjadikan kepuasan nasabah terhadap bank syariah tidak selalu meningkat. Kualitas layanan bank syariah tetap menjadi penting untuk diteliti dan dianalisis sehingga bank syariah tetap dapat menjaga kesetiaan nasabah pada produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Begitu pun halnya dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia, dalam hal pembukaan rekening *online*-nya. Kualitas layanan Bank Syariah Indonesia tersebut perlu diteliti dan dianalisis sejauh mana hal tersebut mempengaruhi atau berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Adapun rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah layanan pembukaan rekening secara *online* Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimanakah kualitas layanan pembukaan rekening secara *online* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia?

## II. TINJAUAN PUSTAKA.

### II.1. Kualitas Layanan.

Layanan yang berkualitas seringkali sulit untuk dapat dicapai karena para pegawai tidak selalu memahami bagaimana cara memberikan layanan yang berkualitas. Kesulitan ini timbul karena para pegawai tidak kompeten atau tidak terlatih, namun kualitas layanan tentu tidak hanya ditentukan oleh variabel sumber daya manusia saja, akan tetapi terdapat beberapa variabel lain yang turut menentukan tingkatan kualitas layanan (Zeithamlet 2014:23). Menurut Tjiptono,

kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dalam pengertian lainnya, Lupiyoadi dan Hamdani mengatakan kualitas pelayanan adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:95).

Menurut Kotler bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pihak yang menilai suatu jasa itu berkualitas atau tidak adalah pelanggan karena mereka lah yang mengkonsumsi jasa perusahaan. Suatu perusahaan jasa yang ingin tetap unggul bersaing harus dapat menyediakan jasa yang mempunyai keahlian tinggi secara berkesinambungan (Rachmad, 2009:3). Dikatakannya bahwa ada sepuluh dimensi kualitas layanan yang saling melengkapi. Kesepuluh dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles*: meliputi bukti secara fisik dalam jasa yang telah diberikan, dalam hal ini dapat dicontohkan petugas penjualan menawarkan produk dari pengecer ke pelanggan.
2. *Reliability*: dapat secara konsisten kinerja dalam ketergantungan dengan lain.
3. *Responsiveness*: mengonsentrasikan pada kesadaran atau kebiasaan pekerja memahami keinginan pelanggan akan layanan
4. *Competence*: memiliki keterampilan yang dibutuhkan dan

pengetahuan mengenai bentuk jasa yang diberikan.

5. *Courtesy*: melibatkan keramahan, kesopanan, respek, pertimbangan, dan kontak *friendliness* secara personal.
6. *Credibility*: melibatkan kepercayaan (*believability*), dan jujur.
7. *Security*: bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan terhadap jasa yang diberikan petugas layanan kepada para konsumen.
8. *Access*: melibatkan pendekatan pada setiap kontak yang terjadi.
9. *Communication*: kemampuan memberi informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mereka paham tentang keluhan mereka.
10. *Understanding/Knowing the Customer* memberi pengertian kepada pelanggan akan yang dibutuhkan (*customer needs*).

## II.2. Kualitas Informasi.

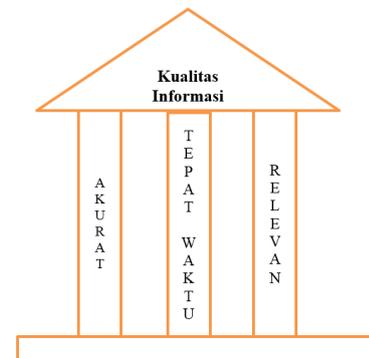
Kualitas Informasi merupakan kesesuaian terhadap persyaratan beberapa orang, atau dengan kata lain nilai bagi beberapa orang yang telah berkembang dan berhubungan dengan penilaian manusia, biaya dan manfaat (Tiako, 2009:45). Menurut pendapat lain kualitas merupakan kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, atau melakukan segala sesuatu yang membahagiakan (Tjiptono, 2004:67).

Menurut Rusdiana dan Irfan (2014: 55) Informasi adalah suatu data atau obyek yang diolah terlebih dahulu sedemikian rupa sehingga dapat tersusun dan teridentifikasi dengan baik sehingga

memiliki arti bagi penerimanya, yang selanjutnya menjadi pengetahuan bagi penerima tentang suatu hal tertentu yang membantu pengambilan keputusan secara tepat. Nilai informasi ditentukan oleh dua hal, yaitu manfaat dan biaya untuk mendapatkannya. Suatu informasi dikatakan bernilai manfaat jika lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya. Lebih lanjut, sehingga informasi tidak dapat persis ditafsir keuntungannya dengan suatu nilai uang, tetapi dapat ditafsir keuntungannya dengan suatu nilai uang, tetapi dapat ditafsir nilai efektifitasnya. Nilai informasi ini didasarkan atas 10 (sepuluh) sifat, yaitu: mudah diperoleh, luas dan lengkap, ketelitian, kecocokan, ketepatan waktu, kejelasan, keluwesan, dan dapat dibuktikan tidak ada prasangka dan dapat diukur (Sutabri, 2012:85).

Kualitas suatu informasi tergantung dari 3 (tiga) hal berikut ini (Sutabri, 2012:87) yaitu:

1. Akurat (*accurate*) informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya.
2. Tepat Waktu (*timelines*), informasi yang datang pada sipenerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi karena informasi merupakan landasan dalam pengambilan keputusan.
3. Relevan (*relevance*), informasi harus mempunyai manfaat untuk pemakainya.



Gambar II.1. Kualitas Informasi

Sumber: Mustakini, 2009.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa informasi adalah data yang telah diproses dan digunakan untuk pengambilan keputusan serta menghasilkan sesuatu yang berguna bagi para penerimanya.

### II.3. Pembukaan Rekening *Online*.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, rekening adalah hitungan pembayaran (uang berlangganan, uang sewa, dan sebagainya). Pembukaan rekening melalui reservasi *online* pada Bank Syariah Indonesia melalui Bank Syariah Mandiri, sudah diterapkan sejak 21 Januari 2019. Layanan ini terus diperbarui dan merupakan inovasi terbaru pada Bank Syariah Indonesia. Pembukaan rekening tersebut melalui reservasi *online* yang juga disebut registrasi *online* adalah sebuah layanan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk melakukan pembukaan rekening melalui *website* Bank Syariah Indonesia yang dapat diakses langsung melalui komputer ataupun *handphone*. Reservasi *Online* ini merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan pembukaan rekening tanpa harus datang ke bank kecuali untuk verifikasi data dan pengambilan buku tabungan. Dalam dunia perbankan

terdapat beberapa jenis rekening, diantaranya yaitu:

1. Rekening giro.
2. Rekening tabungan.
3. Rekening Deposito.
4. Investasi Khusus.

Pembukaan rekening tabungan biasanya dilakukan dengan cara datang ke kantor bank terdekat kemudian mengisi formulir-formulir yang telah disediakan, namun dalam hal ini terdapat pembukaan rekening tabungan secara *online*, yang mana pembukaan rekening tabungan secara *online* ini dapat diakses melalui via aplikasi dengan menggunakan jaringan internet. Pembukaan rekening secara *online* ini dapat diakses melalui telepon genggam pribadi nasabah dengan *download Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia secara *online*. *Online* di dalam jaringan disebut dengan istilah daring (dalam jaringan) yaitu perangkat elektronik yang terhubung ke jaringan internet, termasuk dalam *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

Ada beberapa persyaratan untuk calon nasabah Pembukaan Rekening *Online* seperti bank pada umumnya, calon nasabah hanya perlu menyiapkan dokumen data diri dan mengisi formulir pendaftaran. Berikut syarat yang harus dipersiapkan sebelum membuka rekening di Bank Syariah Indonesia:

1. Foto KTP.
2. Foto NPWP untuk wajib pajak.
3. Foto tanda tangan.
4. Foto data diri.
5. Melakukan setoran awal minimal Rp 100.000 dapat melalui transfer bank atau mengambil kartu ATM di cabang Bank Syariah Indonesia terdekat.
6. Bersedia melakukan akad untuk pembukaan rekening seperti akad

Wadiah yad Dhamanah dan Mudharabah Mutlaqah.

Cara Daftar Rekening Bank Syariah Indonesia setelah mengetahui apa saja persyaratan untuk pembukaan rekening *Online*, berikut penulis jabarkan langkah-langkah pendaftaran rekening Bank Syariah Indonesia *online* yang dirangkum dari video panduan dari laman situs resmi Bank Syariah Indonesia.

1. Unduh Aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile*.  
Pertama unduh aplikasi Bank Syariah Indonesia *Mobile* melalui Google Play atau App Store.
2. Pilih 'Buka Rekening'.  
Apabila aplikasi sudah terpasang, buka dan klik "Buka rekening".
3. Pilih Jenis Rekening.  
Kemudian, pilih jenis rekening sesuai dengan kebutuhan.
4. Lengkapi Dokumen Persyaratan.  
Selanjutnya unggah dokumen yang diminta, yaitu foto KTP, foto NPWP, foto tanda tangan, dan mengisi data diri.
5. Verifikasi via Video Call.  
Setelah itu kamu akan diminta untuk melakukan video call dengan petugas layanan pelanggan (customer service) untuk verifikasi.
6. Rekening Dibuat.  
Lalu, rekening akan dibuat oleh petugas dan nasabah akan menerima kode aktivasi.
7. Pembuatan Rekening Bank Syariah Indonesia *Online* selesai.  
Rekening tersebut sudah dapat digunakan jika memilih transaksi tanpa kartu di Bank Syariah Indonesia *Mobile*. Namun bila membutuhkan kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri),

nasabah dapat mengambilnya di kantor cabang terdekat.

#### II.4. Kepuasan Nasabah.

Secara yuridis, nasabah diartikan sebagai pihak yang menggunakan jasa Bank. Nasabah tidak hanya berupa masyarakat yang telah membuka buku rekening tetapi juga termasuk pihak yang tidak memiliki rekening, tetapi memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan (*walk in customer*) (Rahmawanti dan Lubs, 2014). Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan Bank yang dipercayainya.

Berdasarkan Irawan (2002) dalam Hansel Jonathan (2013) kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup, dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi produk dan jasa yang dapat memuaskan adalah yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari konsumen sampai pada tingkat cukup.

Kepuasan menurut Kotler (2009) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil akan suatu barang dan harapan-harapannya. Selain itu menurut (Indriantoro dan Supomo, 2002:121) menyatakan bahwa kepuasan sebagai konsep merupakan suatu abstraksi dari pengamatan terhadap fenomena psikologi yang dirasakan oleh seseorang, perasaan tersebut merupakan respon seseorang terhadap obyek tertentu yang dinyatakan dengan perasaan puas atau tidak puas.

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil

penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut (Rianto, 2010:192) Kepuasan pelanggan adalah "*The level of person's felt state from comparing a product's perceived performance in relation to the person's expectation*". Dengan kata lain kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler,2012:122 ).

#### II.5. Pengaruh Kualitas Layanan Pembukaan Rekening Online terhadap Kepuasan Nasabah.

Kualitas layanan adalah perbandingan antara pelayanan yang telah diterima oleh nasabah dengan apa yang diharapkan untuk memenuhi permintaan dan harapan nasabah. Menurut Lovelock and Waright (2007:66) kualitas layanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang nasabah terhadap penyerahan sesuatu perusahaan. Pada umumnya pelayanan yang diberikan bank syariah baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang sangat tinggi. Menurut Kotler dan Keller (2009:155) menyatakan bahwa "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka".

Ada dua variabel kualitas layanan pada Pembukaan Rekening Online terhadap Kepuasan Nasabah. Kualitas informasi merupakan kesesuaian terhadap persyaratan beberapa orang informasi nasabah, atau dengan kata lain nilai bagi beberapa orang yang telah berkembang

dan berhubungan dengan penilaian manusia, biaya dan manfaat (Tiako, 2009:45). Menurut Sharma (2017:98) menyatakan kualitas interaksi adalah ukuran nilai yang diberikan pada informasi yang diberikan kepada pengguna informasi yang dimaksud.

### **III. METODE PENELITIAN.**

#### **III.1. Jenis Penelitian.**

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian kuantitatif dengan menyebar kuisioner kepada sejumlah responden mengenai keterangan-keterangan secara tertulis tentang Pengaruh Kualitas Layanan Pembukaan Rekening *Online* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia.

Sementara itu, penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2016).

#### **III.2. Tempat dan Waktu Penelitian.**

Penulis melakukan penelitian kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia. Sementara waktu penelitian kurang lebih dua bulan, mulai dari bulan April sampai bulan Juni 2022.

#### **III.3. Metode Penentuan Sampel.**

##### **III.3.1 Populasi.**

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti, populasi disebut juga dengan universe. Anggota populasi dapat

berupa benda hidup dan benda mati yang dapat diukur atau diamati (Syahrudin, 2012: 113). Adapun populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan Layanan Pembukaan Rekening *Online*.

##### **III.3.2. Sampel.**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut (Yusuf, 2014: 150). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *probability sampling* yaitu suatu teknik sampling yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini dipadukan dengan teknik *simple random sampling* yang mana populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut (Siyoto, 2015: 65). Penulis menggunakan 120 sampel. Hal tersebut juga berdasarkan pendapat Roscoe dalam buku (Sugiyono, 2016 : 90-91) bahwa setidaknya lebih dari 30 dan kurang 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

Penulis menekankan bahwa informasi yang diperoleh dari sampel *benar-benar* mewakili populasi, dan karenanya sampel harus mewakili karakteristik populasi yang diwakili. Dengan demikian, sesuai penelitian ini, maka nasabah Bank Syariah Indonesia sebagai sampelnya. Nasabah tersebut sebagai respondennya terutama dengan lokasi di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor Jawa Barat. Kemudian terhadap responden tersebut diberikan kuisioner sesuai dengan bagian awal mengenai penelusuran karakteristiknya sesuai kebutuhan dalam penelitian ini (Sugiyono, 2016:90-91), yaitu Nasabah Bank Syariah Indonesia Dramaga Bogor,

mendaftar atau setidaknya mengetahui pembukaan rekening secara *online* di Bank Syariah Indonesia, kemudian bersedia menjadi responden.

### III.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sumber datanya sebagaimana terdapat di bawah ini.

1. Data primer, (Sugiyono, 2016:44) adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer dalam penelitian ini menggunakan instrumen atau alat kuisisioner (angket) yang merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang disusun secara tertulis. Data primer dalam penelitian ini terlihat pada kuisisioner yang disebarakan kepada responden.
2. Data sekunder, (Sugiyono, 2016:44) adalah data yang sifatnya mendukung data primer yang diperoleh melalui dokumen-dokumen perusahaan dan laporan-laporan yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

### III.5. Teknik Pengumpulan Data.

#### III.5.1. Observasi.

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek yang telah diteliti yang dilakukan secara langsung, teratur dan sistematis pengamatan ini meliputi para penelitian maupun pasca penelitian.

#### III.5.2. Kuisisioner.

Penelitian ini menggunakan instrument penelitian kuisisioner dengan skala likert. Menurut penelitian (Simatupang, 2018:22), Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuisisioner yang akan disebarakan dilengkapi dengan 5 alternatif jawaban, masing-masing alternatif diberi skor 1-5.

#### III.5.3. Dokumentasi.

Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan terhadap objek yang telah diteliti yang dilakukan secara langsung, teratur dan sistematis dengan studi dokumen/ Pengamatan ini meliputi para penelitian maupun pasca penelitian.

### III.6. Validasi dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.

Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS. Adapun pengujian-pengujian yang akan dilakukan adalah:

1. Uji Validitas.
2. Uji Reliabilitas.

### III.7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.

[Menurut Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung, Afabeta 2015:209)]. Pengolahan data dengan memanfaatkan program komputer *Excel Statistic Analysis and SPSS*. Kemudian analisis terhadap data tersebut dengan mengkaji dalam kaitannya dengan pengujian hipotesis penelitian yang telah penulis rumuskan. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan

variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk menganalisis data, penulis menggunakan teknik analisis data yang tersebut di bawah ini.

### III.7.1. Uji Asumsi Klasik.

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menentukan apakah pengujian model analisis regresi layak digunakan atau tidak. Uji asumsi klasik ini meliputi:

1. Uji Normalitas.
2. Uji Heteroskedastisitas.
3. Uji Multikolonieritas.
4. Uji Autokorelasi.

### III.7.2. Uji Hipotesis.

#### III.7.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda.

Analisis regresi linear berganda berkaitan dengan pengujian variabel dependen dan variabel independen, yang memperkirakan atau memprediksi keseluruhan *mean* atau nilai variabel dependen yang berdasarkan nilai variabel independen (Imam Ghazali, 2013:93). Untuk variabel bebas digunakan regresi berganda, karena variabel bebas memiliki lebih dari dua variabel.

#### III.7.2.2. Uji Parsial (Uji t).

Menurut Andjani dan Setiyano (2011:75) uji statistik t dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independent dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t tabel dengan t hitung dan nilai signifikan yang diperoleh dengan nilai signifikan yang ditentukan 0,05.

#### III.7.2.3. Uji Simultan (Uji F).

Menurut Imam Ghazali (2006) uji-F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat Uji-F Statistik dalam regresi berganda dapat digunakan untuk menguji signifikansi koefisien diterminasi R<sup>2</sup>. Nilai F statistik dengan demikian dapat digunakan untuk menilai apakah ada hipotesis yang menjelaskan variabel independen bahwa Y disekitar nilai rata-ratanya dengan derajat kepercayaan (*degree of freedom*) k-1 dan n-k tertentu.

#### III.7.2.4. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh kesembilan variabel yang diteliti, kemudian koefisien determinasi dihitung bila selain variabel tersebut ditentukan konstan atau tetap. jika koefisien determinasi = 0, jika pengaruh variabel X terhadap variabel Y lemah dan apabila koefisien determinasi = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap Y kuat.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

### IV.1. Deskripsi Perusahaan Obyek Penelitian.

#### IV.1.1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia.

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 bersaing di tingkat global.

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

#### IV.1.2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia.

##### IV.1.2.1. Visi PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

Visi PT Bank Syariah Indonesia ialah TOP 10 Global Islamic Bank.

##### IV.1.2.2. Misi PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

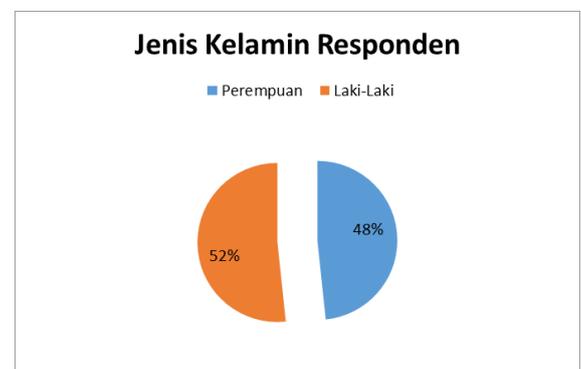
Misi PT Bank Syariah Indonesia ialah:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
3. Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
4. Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB > 2).

5. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.
6. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

#### IV.2. Hasil Penelitian.

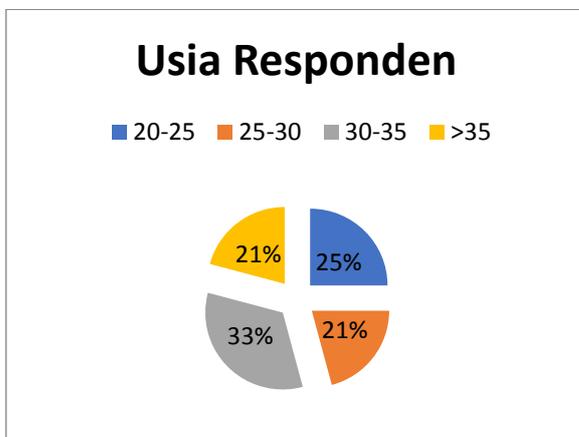
##### IV.2.1. Karakteristik Responden.



Grafik IV.1.

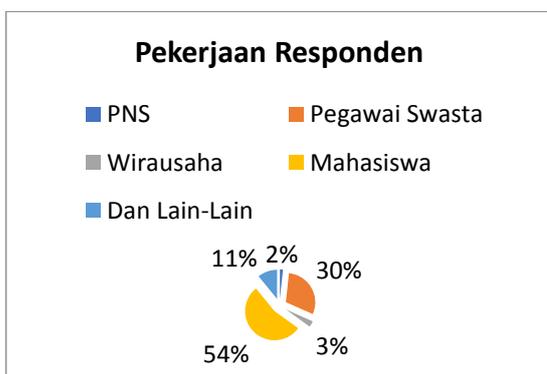
Grafik Jenis Kelamin Responden.  
Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan Grafik IV.1., dari 120 Responden menunjukkan bahwa jumlah 58 responden berjenis kelamin perempuan atau sebesar 48%, dan jumlah responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 62 responden dengan presentase 52%. Dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki lebih dominan dibanding perempuan.



Grafik IV.2.  
 Grafik Usia Responden.  
 Sumber: Data Diolah, 2022.

Grafik IV.2. menunjukkan bahwa 120 responden yang memiliki usia 20-25 berjumlah 30 responden atau sebesar 25%, jumlah responden yang memiliki usia 25-30 tahun berjumlah 25 responden dengan presentase 21%, jumlah responden yang memiliki usia 30-35 tahun berjumlah 40 responden atau presentase 33% dan jumlah responden >35 tahun sebanyak 25 responden atau sebesar 21%. Mayoritas jumlah responden yang diteliti mayoritas usia 30-35 tahun dengan presentase 33%.



Grafik IV.3.  
 Grafik Pekerjaan Responden.  
 Sumber: Data Diolah, 2022.

Grafik IV.3 menunjukkan 120 responden yang memiliki pekerjaan

sebagai Pegawai Negeri Sipil/PNS sebesar 2 responden atau 2% , responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta sebesar 36 responden atau 30%, responden yang memiliki pekerjaan Wirausaha sebesar 4 responden atau 3%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa sebesar 65 responden atau 54%, dan pekerjaan Lain-Lain sebesar 13 responden atau dengan presentase 1%. Mayoritas responden yang diteliti memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dengan presentase 54%.

### IV.3. Uji Instrumen.

#### IV.3.1. Uji Validitas.

Tabel IV.1.  
 Tabel Hasil Uji Validitas  
 Kualitas Layanan

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,732	0,179	VALID
	X1.2	0,641		VALID
	X1.3	0,759		VALID
	X1.4	0,724		VALID
	X1.5	0,713		VALID
	X1.6	0,703		VALID
	X1.7	0,746		VALID

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua pernyataan digunakan untuk mengukur variabel kualitas layanan/informasi yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai rhitung yang lebih besar dari rtabel 0.179 (nilai rtabel unruk

N=120). Dengan demikian pernyataan 1 sampai 7 Valid.

Tabel IV.2.  
 Tabel Hasil Uji Validitas  
 Kualitas Informasi

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Informasi (X2)	X2.1	0,796	0,179	VALID
	X2.2	0,788		VALID
	X2.3	0,752		VALID
	X2.4	0,827		VALID
	X2.5	0,803		VALID
	X2.6	0,778		VALID
	X2.7	0,770		VALID

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Informasi (X2) yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel 0.179 ( nilai r tabel untuk N=120). Dengan demikian pernyataan 1 sampai 7 dalam penelitian ini Valid

Tabel IV.3.  
 Tabel Hasil Uji Validitas  
 Kepuasan Nasabah

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0.848	0,179	VALID
	Y2	0.896		VALID
	Y3	0.822		VALID
	Y4	0.825		VALID
	Y5	0.779		VALID
	Y6	0.788		VALID
	Y7	0.779		VALID

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan nasabah (Y) yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel 0.179 ( nilai r tabel untuk N=120). Dengan demikian pernyataan 1 sampai 7 dalam penelitian ini Valid.

### IV.3.2 Uji Reliabilitas.

Tabel IV.4.  
 Tabel Hasil Uji Reliabilitas  
 Kualitas Layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.922	7

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji reliabilitas variabel kualitas layanan (X1) di atas, memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0.60 yaitu 0.922. Berdasarkan ketentuan di atas maka pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel IV.5.  
 Tabel Hasil Uji Reliabilitas  
 Kualitas Informasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	7

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji reliabilitas variabel kualitas Informasi (X2) di atas, memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0.060 yaitu 0.928. Berdasarkan ketentuan di atas maka

pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel IV.6.  
 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah

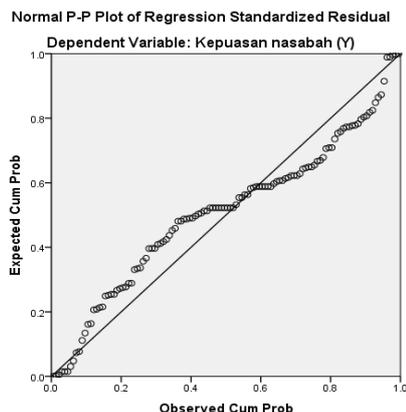
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.945	7

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel di atas hasil uji reliabilitas variabel Keputusan Nasabah (Y) di atas, memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0.60 yaitu 0.945. Berdasarkan ketentuan di atas maka pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

#### IV.4. Uji Asumsi Klasik.

##### IV.4.1. Uji Normalitas.



Grafik IV.4.  
 Grafik Normal Probability Plot Hasil Uji Normalitas  
 Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan grafik normal probability plot memperhatikan bahwa titik-titik pada grafik terlihat mengikuti garis diagonalnya, sehingga berdasarkan

grafik tersebut hasil uji normalitas pada data yang digunakan berdistribusi normal.

##### IV.4.2 Uji Multikolinearitas.

Tabel IV.7.  
 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>

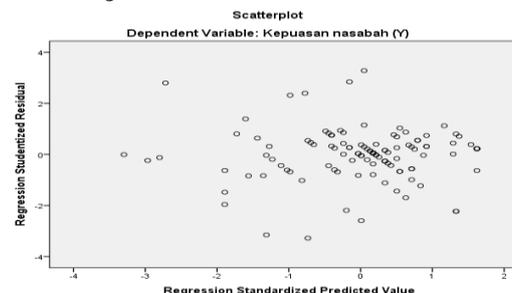
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas layanan (X1)	.515	1.94
Kualitas Informasi (X2)	.515	1.94

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah (Y)

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel coeficients, dapat diketahui bahwa *tolerance* dan VIF dari kedua variabel independet adalah Kualitas Layanan (X1) dengan nilai  $\alpha$  hitung (0.515)  $>$   $\alpha$  (0.1) dan VIF hitung (1.941)  $<$  VIF (10). Kualitas Informasi (X2) dengan nilai  $\alpha$  hitung (0.515)  $>$   $\alpha$  (0.1) dan VIF hitung (1.941). Dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai *tolerance* (a) masing-masing variabel dibawah 10.

##### IV.4.3. Uji Heteroskedastisitas.



Grafik IV.5.  
 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan gambar grafik di atas memperlihatkan bahwa titik-titik  $\alpha$  pada grafik tidak dapat membentuk pola tertentu yang lain jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga grafik tersebut tidak dapat dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, jadi model regresi dapat dipakai untuk memprediksi keputusan nasabah berdasarkan masukan variabel independet kualitas layanan dan kualitas interaksi.

#### IV.4.4. Uji Autokorelasi.

Tabel IV.8.  
 Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889 <sup>a</sup>	.791	.787	2.369	2.199
a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X2), Kualitas layanan (X1)					
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah (Y)					

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 2.199, sedangkan untuk nilai dU dicari pada distribusi nilai tabel *Durbin-Watson* berdasarkan K (2) dan N(120) dengan signifikasni 5%. dU.

#### IV.5. Uji Hipotesis.

##### IV.5.1. Uji Parsial (Uji t).

Tabel IV.9.  
 Tabel Uji Parsial (Uji t).

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	1.449	1.349		1.075	.285		
Kualitas layanan (X1)	.189	.064	.174	2.954	.004	.515	1.941
Kualitas Informasi (X2)	.754	.059	.759	12.893	.000	.515	1.941

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah (Y)

Sumber: Data Diolah, 2022.

Hasil uji t (Parsial) pada Tabel IV. Menunjukkan pengaruh masing-masing variabel kualitas layanan (X1), dan kualitas informasi (X2) dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. Kualitas Layanan (X1).

Dapat disimpulkan bahwa nilai thitung sebesar 2.954 > nilai Ttabel sebesar 0.179. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 terima. Dengan demikian juga terdapat pengaruh variabel kualitas layanan secara parsial terhadap variabel keputusan nasabah dalam pembukaan rekening *online*.

##### 2. Kualitas Informasi (X2).

Dapat disimpulkan bahwa nilai thitung sebesar 12.893 > nilai Ttabel sebesar 0.179. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 terima. Dengan demikian juga terdapat pengaruh variabel kualitas informasi secara parsial

terhadap variabel keputusan nasabah dalam pembukaan rekening *online*.

#### IV.5.2. Uji Simultan (Uji F).

Tabel IV.10.  
 Tabel Uji Simultan (Uji F).

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2481.940	2	1240.970	221.202	.000 <sup>b</sup>
Residual	656.385	117	5.610		
Total	3138.325	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah (Y)  
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X2), Kualitas layang (X1)

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel IV.10. diperoleh probabilitas (Sig) sebesar 0.000 karena nilai sig < 0.05 (0.000 < 0.05), maka keputusannya adalah H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan interaksi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pembukaan rekening *online*.

Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara nilai Fhitung dengan Ftabel. Hasil pengujian diperoleh nilai Fhitung adalah 221.202 dan probabilitas 0.000. dalam menghitung Ftabel ditentukan dalam (df1)k-1 atau 3-1=2 (df2) n-k atau 120-3= 117 didapatkan nilai Ftabel sebesar 2.682.

#### IV.5.3. Uji Determinan (R<sup>2</sup>).

Tabel IV.11.  
 Tabel Uji Determinan (R<sup>2</sup>).

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889	.791	.787	2.369	2.199

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X2), Kualitas layang (X1)  
 b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah (Y)

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel IV.11 menunjukkan bahwa nilai R square adalah 0.787 ( $R^2 \times 100 = 0.787 \times 100 = 78.7\%$ ) ini menjelaskan bahwa variabel bebas yaitu kualitas layanan dan kualitas interaksi mempengaruhi keputusan nasabah dalam pembukaan rekening *online* sebesar 78.7% sedangkan 21,3% lagi mempengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam model penelitian ini.

#### IV.5.4. Analisis Regresi Linier Berganda.

Tabel IV.12.  
 Tabel Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	1.449	1.349		1.075	.285		
Kualitas layanan (X1)	.189	.064	.174	2.954	.004	.515	1.941
Kualitas Informasi (X2)	.754	.059	.759	12.893	.000	.515	1.941

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah (Y)

Sumber: Data Diolah, 2022.

Berdasarkan Tabel IV.12. dapat dibentuk persamaan regresi linear, dengan rumus:

$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$  sebagai berikut :

$$Y = 1.449 + 0.189X_1 + 0.754X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan diantaranya sebagai berikut:

1. Konstanta 1,449, menunjukkan nilai pengaruh positif pada kualitas layanan dan kualitas interaksi. Apabila variabel independen naik maka variabel dependen juga akan naik atau terpenuhi.
2. Nilai Kualitas Layanan (X1) sebesar 0.189, menggambarkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan arti setiap perubahan 1 satuan variabel kualitas layanan, maka akan meningkatkan volume sebesar 0.189 dengan asumsi variabel tetap.
3. Nilai Kualitas Informasi (X2) sebesar 0.754, menggambarkan bahwa kualitas informasi mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan arti setiap perubahan 1 satuan variabel kualitas informasi, maka akan meningkatkan volume sebesar 0.754 dengan asumsi variabel tetap.
4. Standar *error* ( $e$ ) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas. Standar *error* ( $e$ ) mewakili semua variabel yang mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu mempunyai pengaruh terhadap

kepuasan nasabah (Y) tapi tidak dimasukkan ke dalam persamaan.

Dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Informasi (X2) terhadap satu variabel bebas yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

## IV.6. Interpretasi.

### IV.6.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Hasil pengujian parsial antara variabel kualitas layanan terhadap variabel keputusan nasabah menggunakan SPSS 23 pada Tabel IV.13, memiliki nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  dan thitung sebesar  $2.954 > 0.179$  pada variabel kualitas layanan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan menyatakan bahwa “kualitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening *online*”. Dengan demikian dapat diketahui dari hasil uji parsial tersebut adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan nasabah.

### IV.6.2. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Nasabah.

Hasil pengujian parsial antara variabel kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah pembelian menggunakan SPSS 23 pada tabel IV.13. memiliki nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dan thitung sebesar  $12.893 > 0.197$  pada variabel kualitas informasi. Hal ini disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan menyatakan bahwa “kualitas informasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening *online*”. Sehingga dapat diketahui dari hasil uji parsial

tersebut adanya pengaruh secara positif dan signifikan antara variabel kualitas interaksi terhadap variabel kepuasan nasabah.

#### **IV.6.3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Nasabah.**

Hasil secara simultan untuk dua variabel bebas yaitu kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap satu variabel terikat yaitu kepuasan nasabah pada tabel IV.13 diketahui nilai probabilitas ( $\text{sig}$ ) sebesar 0,000. Karena nilai  $\text{sig} < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan  $F_{hitung} > 2,685$  maka diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jadi variabel bebas (X) seperti kualitas layanan dan kualitas informasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pembukaan rekening *online*.

Dalam keputusan pembukaan rekening *online* ada 2 variabel penentu yang secara bersama-sama mempengaruhi sebelum pembukaan rekening *online* yaitu kualitas layanan dan kualitas informasi yang akan mempertimbangkan kualitas layanan dan kualitas informasi dengan presentase 78,7%. Hal ini diketahui adanya pengujian koefisien ( $R^2$ ) yang telah dilakukan dan diperoleh yaitu kualitas layanan dan kualitas informasi mampu menjelaskan adanya pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 78,7%. Sisanya 21,3% dijelaskan pada variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### **V. SIMPULAN.**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Analisis Pembukaan Rekening *Online* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor

Cabang Pembantu Dramaga Bogor, dapat disimpulkan:

1. Layanan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk melakukan pembukaan rekening melalui *website* Bank Syariah Indonesia, dapat diakses langsung melalui komputer ataupun *handphone*. Reservasi *Online* ini merupakan layanan perbankan yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan pembukaan rekening tanpa harus datang ke bank kecuali untuk verifikasi data dan pengambilan buku tabungan.
2. Kualitas layanan dan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, khususnya di Kantor Cabang Pembantu Dramaga Bogor. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia, khususnya di Kantor Cabang Pembantu Dramaga Bogor harus selalu meningkatkan kualitas layanan dan kualitas informasi kepuasan Nasabah semakin meningkat.

#### **DAFTAR PUSTAKA.**

- Bungin, Burhan. (2005) *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana.
- Cahyana, Indra. (2019) *Sistem Layanan Digital Perbankan Syariah (Studi Kasus Pembukaan Rekening Tabungan Faedah Berbasis E-Form pada BRISyariah KC*

- Semarang). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo, Semarang.
- Fransiska, N., Trihantana, R., & Kusumaningrum, R. (2022). Sistem Pelayanan Nasabah Priority Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Bogor Jalan Baru). *Sahid Banking Journal*, 1(02), 76-85.
- Idris, M., & Trihantana, R. (2016). Analisis Mutu Layanan Electronic Delivery Channel terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BNI Syariah). *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 160-166.
- Kotler, Philip. Keller, Kevin Lane, (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Maulani, D., Thantawi, T. R., & Anwar, M. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Layanan *Mobile Banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bogor Dramaga. *Sahid Banking Journal*, 2(01), 67-82.
- Ningsih, P., Thantawi, T. R., & Suryani, E. (2021). Pengaruh Komitmen Manajemen Puncak dalam Kualitas Pelayanan BPRS terhadap Kepuasan Nasabah [Studi Pada BPRS Botani (Bina Rahmah) Dramaga Bogor]. *Sahid Banking Journal*, 1(01), 112-127.
- Nurhasanah, N., Trihantana, R., & Kusumaningrum, R. (2022). Analisis Preferensi Nasabah terhadap Produk Pembiayaan Murabahah dan Mudharabah di Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Ikhlasul Ummah, Kabupaten Bogor. *Sahid Banking Journal*, 2(01), 111-119.
- Pramesti, Anggita Virgian. (2020). *Pengaruh Kulalitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah*. (Skripsi) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Insitut Agama Islam Purwokerto.
- Rangkuti, Freddy. (2013). *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Widiastuti, Retno. Nawangsari, Sri. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus pada PT Bank DKI Depok)*. Jurnal Sebatik.