

SKRIPSI

**PENGARUH LAYANAN *DIGITAL* TERHADAP KEPERCAYAAN
DAN KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN
BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi
Kecamatan Metro Timur)**

Oleh:

**ELSA RANTI
NPM.2103021013**



**Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H / 2025 M**

**PENGARUH LAYANAN *DIGITAL* TERHADAP KEPERCAYAAN
DAN KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN
BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ELSA RANTI
NPM.2103021013

Pembimbing : Agus Trioni Nawa, M.Pd

Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1446 H/ 2025 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro

Di-
Tempat

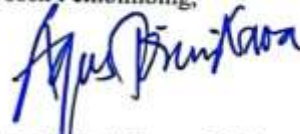
Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : ELSA RANTI
NPM : 2103021013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : PENGARUH LAYANAN *DIGITAL* TERHADAP
KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH PADA
PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan
Metro Timur)

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyah. Demikian harapan kami atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

Metro, Februari 2025
Dosen Pembimbing,



Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN.2012089001

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH LAYANAN *DIGITAL* TERHADAP
KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH PADA
PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro
Timur)

Nama : ELSA RANTI

NPM : 2103021013

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk diminaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, Februari 2025
Dosen Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN.2012089001



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website www.metrouniv.ac.id E-mail lainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-0807/117.283/D/PP.009/05/2025.

Skripsi dengan Judul: PENGARUH LAYANAN *DIGITAL* TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur), disusun oleh: Elsa Ranti, NPM: 2103021013, Prodi: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa/06 Mei 2025.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Agus Trioni Nawa, M.Pd
Penguji I : Liberty, S.E., M.A
Penguji II : Reonika Puspita Sari, M.E.Sy
Sekretaris : Agus Alimuddin, M.E



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

ABSTRAK

PENGARUH LAYANAN *DIGITAL* TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH INDONESIA

(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur)

Oleh:

ELSA RANTI

NPM: 2103021013

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi di era *digital* yang merupakan masa dimana kebutuhan masyarakat menggunakan sistem *digital*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh layanan *digital* terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah pada produk tabungan Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu secara teoritis penelitian ini dapat mengembangkan pemahaman ilmu pengetahuan dan wawasan bagi perkembangan Ekonomi Syariah dan manfaat secara praktis penelitian ini dapat menjadi landasan pengambilan kebijakan bagi pihak bank dan bagi peneliti selanjutnya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan statistik deskriptif dan sumber data primer penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert, kemudian masyarakat di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur sebagai populasi. Teknik pengambilan sampel dengan teknik Simple Random Sampling, yaitu mengambil sampel secara acak pada masyarakat untuk dijadikan responden. Penelitian ini juga menggunakan rumus Lemeshow yaitu memperoleh jumlah sampel sebanyak 96 responden. Kemudian data yang telah didapatkan diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS 30 for Windows. Penelitian ini dianalisis melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi sederhana, uji parsial t, uji simultan f, dan koefisien determinan.

Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa H_{a1} dan H_{a2} yaitu: layanan digital secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dan kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ bahwa H_{a1} memperoleh nilai sebesar $31.395 > 1.98552$ dan H_{a2} memperoleh nilai sebesar $38.996 > 1.98552$. kemudian nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ H_{a1} memperoleh nilai sebesar $985.674 > 3.94$ dan H_{a2} sebesar $1520.711 > 3.94$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara layanan digital terhadap kepercayaan nasabah dan kepuasan nasabah.

Kata Kunci : *Bank Syariah Indonesia, Layanan Digital, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah*

HALAMAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ELSA RANTI
NPM : 2103021013
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 10 Februari 2025
Yang Menyatakan,

A blue official stamp from the Metro Police (METRO POLICE) is visible. The stamp includes the text "METRO POLICE", "KORAMK 233/27177", and a Garuda emblem. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

ELSA RANTI
NPM. 2103021013

MOTTO

وَذَا النُّونِ إِذْ ذَهَبَ مُغْلِبًا فَظَنَّ أَنْ لَنْ نَقْدِرَ عَلَيْهِ فَنَادَىٰ فِي الظُّلُمَاتِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا
أَنْتَ سُبْحَانَكَ إِنِّي كُنْتُ مِنَ الظَّالِمِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: “Ingatlah pula Zun Nun (Yunus) ketika dia pergi dalam keadaan marah, lalu dia menyangka bahwa Kami tidak akan menyulitkannya. Maka, dia berdoa dalam kegelapan yang berlapis-lapis, “Tidak ada tuhan selain Engkau. Maha Suci Engkau. Sesungguhnya aku termasuk orang-orang zalim.”

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta keridhoan-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sebagai rasa hormat, cinta, dan terima kasih Ku persembahkan skripsi ini kepada:

1. Almarhum ayahanda tercinta, sosok yang selalu hidup dalam ingatan dan hati penulis. Meski kini telah tiada, cinta, doa, dan segala pengorbanannya akan selalu menjadi pijakan terkuat dalam hidup. Setiap langkah pencapaian ini adalah bentuk bakti dan harapan agar beliau bangga di sisi-Nya. Terima kasih telah menjadi cahaya penuntun, meski kini penulis harus melangkah sendiri tanpa kehadiran Ayah.
2. Ibunda tercinta, teladan penuh ketulusan dan keteguhan yang selalu memberikan cinta, doa, dan semangat tanpa henti.
3. Nenek dan Kakek tercinta, orang tua kedua yang dengan penuh kasih sayang merawat penulis sejak kecil dan selalu mendoakan keberhasilan cucu-cucunya. Dukungan, doa, dan cinta mereka adalah penyemangat dalam setiap langkah perjalanan hidup ini. Kerja keras dan pengorbanan adalah motivasi terbesar yang membuat penulis mampu bertahan hingga titik ini. Semoga pencapaian ini menjadi kebanggaan dan kebahagiaan untuk mereka.

4. Adikku tersayang Nurul Fitriyani dan Kartika Apriliyani. Penulis persembahkan karya ini sebagai bentuk rasa cinta dan tanggung jawab untuk menjadi contoh dan inspirasi. Terima kasih atas doa, dukungan, serta keceriaan yang diberikan, yang membuat setiap perjalanan menjadi lebih berarti. Semoga kesuksesan ini menjadi motivasi untuk melangkah lebih jauh lagi.
5. Bapak Agus Trioni Nawa, M.Pd selaku Dosen Pembimbing, saya ucapkan Terima Kasih yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini. Menjadi salah satu dari anak bimbingan beliau merupakan nikmat yang sampai saat ini saya syukurkan, Terimakasih banyak saya ucapkan, semoga beliau selalu limpahkan kesehatan. Aamiin.
6. Pihak Aparatur Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian disana.
7. Sahabat-sahabat seperjuangan yang tak hentinya memotivasi dan memberikan semangat saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada sahabat: Dila Yulianti, Eva Arum Setiani, Niken Ayu Agustin, Silvia Karen dan sahabat-sahabat yang tidak bisa penulis sebutkan.
8. Almamater kebanggaanku IAIN Metro.

Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih.

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd., Kons, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.
3. Bapak Anggoro Sugeng, M.Sh.Ec, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Metro.
4. Bapak Agus Trioni Nawa, M.Pd, selaku pembimbing yang telah memberi arahan dan bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Semoga amal baik yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini dapat dibalas oleh Allah SWT. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata

sempurna mengingat keterbatasan kemampuan peneliti, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Peneliti harapkan karya sederhana ini dapat memberikan sedikit manfaat bagi siapa saja yang membacanya, aminn.

Metro, 10 Februari 2025
Peneliti,



ELSA RANTI
NPM. 2103021013

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Rumusan	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Penelitian Relevan.....	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan Digital.....	19
1. Pengertian Layanan Digital	19
2. Jenis Layanan Digital	22
3. Layanan Digital yang Berkualitas	24
4. Pengaruh Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah.....	26

B. Kepercayaan.....	25
1. Pengertian Kepercayaan.....	25
2. Karakteristik Kepercayaan.....	26
3. Indikator Kepercayaan.....	28
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	29
C. Kepuasan Nasabah.....	31
1. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	31
2. Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	33
3. Indikator Kepuasan Nasabah.....	34
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	36
D. Produk Tabungan.....	38
1. Pengertian Produk Tabungan.....	38
2. Jenis Produk Tabungan.....	39
E. Kerangka Berfikir.....	43
F. Hipotesis Penelitian.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian.....	45
B. Definisi Operasional Variabel.....	46
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Instrument Penelitian Data.....	52
F. Teknik Analisa Data.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden.....	61
B. Hasil Penelitian.....	65
1. Hasil Uji Instrument.....	65
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
3. Hasil Distribusi Frekuensi.....	77
4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	80
5. Hasil T.....	84

6. Hasil f	86
7. Hasil Keofisien Determinan	89
C. Pembahasan	
1. Pengaruh kualitas layanan <i>digital</i> terhadap kepercayaan nasabah pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur ...	90
2. Pengaruh kualitas layanan <i>digital</i> terhadap kepercayaan nasabah pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur ..	92

V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasabah Lama Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Dependen	47
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Independen	48
Tabel 3.3 Instrument Skala Likers	52
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	63
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Layanan Digital (X)	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (Y1)	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y2)	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan (Y1)	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2).....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1).....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2).....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1).....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)	75
Tabel 4.15 Hasil Distribusi Frekuensi Layanan Digital (X)	77
Tabel 4.16 Hasil Distribusi Frekuensi Kepercayaan Nasabah (Y1)	78
Tabel 4.17 Hasil Distribusi Frekuensi Kepuasan Nasabah (Y2)	79

Tabel 4.18 Hasil Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1)	81
Tabel 4.19 Hasil Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2).....	82
Tabel 4.20 Hasil Uji T Antara Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1).....	84
Tabel 4.21 Hasil Uji T Antara Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2).....	85
Tabel 4.22 Hasil Uji F Antara Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1).....	86
Tabel 4.23 Hasil Uji F Antara Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2).....	87
Tabel 4.24 Hasil Koefisien Determinan Antara Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1)	89
Tabel 4.25 Hasil Koefisien Determinan Antara Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	71
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	72

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan (SK Penunjukkan Pembimbing)
2. Alat Pengumpulan Data
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Surat Balasan Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Uji Plagiasi Turnitin
8. Data Responden
9. Jawaban Responden
10. Uji Validitas
11. Uji Reliabilitas
12. Uji Asumsi Klasik
13. Uji Linier Sederhana Dan Uji Hipotesis
14. R tabel
15. T tabel
16. F tabel
17. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
18. Riwayat Hidup

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang masalah

Perkembangan teknologi di era *digital* telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Era *digital* merupakan masa dimana kebutuhan masyarakat menggunakan sistem *digital*, karena pengaruh kemajuan teknologi menuntut dunia perbankan untuk menyediakan layanan yang cepat, mudah dan dapat dikendalikan langsung oleh nasabah.¹ Adanya kemajuan teknologi yang pesat di era *digital* saat ini memungkinkan masyarakat untuk mengakses berbagai informasi terbaru, berkomunikasi, melakukan transaksi dan menyelesaikan pekerjaan dengan lebih efektif dan efisien melalui berbagai layanan elektronik.² Sehingga dalam era digital ekonomi yang semakin berkembang saat ini, produktivitas tidak hanya ditentukan oleh sumber daya yang dimiliki, tetapi juga oleh bagaimana teknologi informasi (TI) digunakan untuk mengoptimalkan sumber daya tersebut.³

Layanan perbankan *digital* adalah layanan elektronik yang dikembangkan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah, mengoptimalkan data nasabah, serta memberikan layanan yang lebih mudah,

¹ Shofia Mauizotun Hasanah, Vina Yolanda dan Riduan Mas'ud2, "Pengaruh Teknologi Keuangan dan Kualitas Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kcp Masbagik," *Jurnal Iqtishaduna* Vol 10, no. 1 (2022): 64–65.

² Muzayyana Tartila, "Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 8, no. 3 (2022): 3310-3311.

³ Enny Puji Lestari et al., "AL-IQTISHADIIYAH The Effectiveness of Using Digital Technology (QRIS) in the Payment System for the Development of MSMEs of Metro City" vol 10, no.2 (2025): 2.

praktis dan aman, agar nantinya nasabah melakukan layanan perbankan *digital* dengan nyaman serta menjalankannya secara mandiri kapan saja dan dimana saja dari smartphone. Melalui turunan dari e-banking yaitu mobile banking atau lebih dikenal dengan sebutan M-banking. Mobile Banking merupakan kebutuhan layanan *digital* yang mendapat banyak perhatian dari nasabah karena memungkinkan mereka bertransaksi dengan nyaman dan cepat tanpa menghabiskan banyak waktu sehingga sangat memudahkan bagi nasabah yang sibuk tanpa mengganggu kehidupan sehari-hari. Pesatnya perkembangan bank syariah yang ada di Indonesia, maka layanan digital menjadi faktor utama untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan nasabah.⁴

Layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) sempat mengalami kelumpuhan pada bulan Mei tahun 2023, dimana *downtime* terjadi kurang lebih selama 5 hari. Kelumpuhan layanan ini terjadi akibat adanya serangan siber berupa *ransomeware* pada sistem perbankan BSI. Dalam pengumuman yang diunggah ke *dark web*, mereka juga mengklaim telah mencuri data sebanyak 1,5 *terabyte*, termasuk 15 juta data pribadi nasabah dan pegawai-meliputi nama, nomor telepon, alamat, informasi dokumen, isi rekening, nomor kartu, transaksi, dan masih banyak lagi. Hal ini tentunya berdampak luas, terutama

⁴ Muzayyana Tartila, "Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 8 no. 3 (2022): 3310-3316.

pada kepercayaan nasabah terhadap BSI pada khususnya dan kepercayaan masyarakat kepada dunia perbankan pada umumnya.⁵

Salah satu aspek yang penting dalam layanan digital adalah kemampuannya untuk membangun dan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank. Kepercayaan ini mencakup rasa aman, transparansi, serta keyakinan bahwa transaksi yang dilakukan melalui platform digital akan terlindungi dengan baik.⁶ Menurut peneliti yang dilakukan oleh Sofiyanti Nurul Hidayah kepercayaan adalah keyakinan bahwa pelanggan akan menemukan apa yang diharapkan dengan menggunakan suatu produk atau jasa. Kepercayaan merupakan tindakan atau keyakinan suatu pihak dalam menjalin hubungan dengan pihak lain bahwa tindakan yang dilakukan akan menghasilkan sesuatu yang positif.⁷ Menjaga kepercayaan nasabah merupakan prioritas utama karena inti dari setiap adanya hubungan dan meyakini bahwa setiap orang yang dipercaya akan melaksanakan segala tugasnya dengan baik sesuai dengan yang diharapkan.

Selain itu, kepuasan nasabah terhadap layanan digital juga menjadi faktor kunci. Kepuasan ini tidak hanya dilihat dari kemudahan dan kenyamanan penggunaan aplikasi atau platform digital, tetapi juga dari kualitas layanan yang diberikan, seperti layanan customer service, kecepatan

⁵ Lutfi Maulana and Nadia Fitriana, "Analisis Dampak Insiden BSI Eror dan Dugaan Hacking Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Subang," *Jurnal Ilmu Islam* Vol 7, no. 3 (2023): 1755–1766.

⁶ Muhammad Kurniawan, Oza Restianita, and Khavid Normasyhuri, "Perceived Usefulness, Perceived Enjoyment, Trust Dan Continuance Intention Dalam Mobile Sharia Banking: Bagaimana Kekuatan Kepuasan Nasabah," *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* Vol 20, no. 3 (2024): 640–657.

⁷ Sofiyanti Nurul Hidayah, "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Bri Syariah Kcp Majapahit)". Skripsi: UIN Salatiga (2020).

transaksi, dan keberagaman fitur yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.⁸ Menurut peneliti yang dilakukan oleh Khoiru Anisa kepuasan merupakan sebuah fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, nasabah merasa tidak puas. Tetapi, sebaliknya apabila kinerja melebihi harapan, nasabah akan merasa puas. Jadi, kepuasan mereka berasal dari pengalaman yang diperoleh dari produk, yang melebihi apa yang diharapkan sebelumnya.⁹

Salah satu produk unggulan dari Bank Syariah adalah tabungan. Produk tabungan yang ada di bank syariah itu mengacu pada prinsip syariah, dimana prinsip syariah tabungan itu diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/ 2000. Produk tabungan ini sangat diminati oleh masyarakat karena menawarkan berbagai keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah. Banyak orang ingin menyimpan dana mereka dalam bentuk tabungan. Bank syariah telah menambahkan berbagai produk mereka dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mendapatkan jasa perbankan syariah.¹⁰

Al-wadi'ah secara bahasa diartikan sebagai barang yang telah dititipkan orang lain untuk dijaga. Al-wadi'ah secara istilah diartikan sebagai pemberian kepada orang lain dalam bentuk barang yang disertai dengan otoritas untuk dijaga dengan tegas dan jelas Ulama kalangan Mazhab

⁸ Any Meilani dan Dian Sugiarti, "Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 8, no. 3 (2022): 2501.

⁹ Khoiru Anisa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fitur Produk, dan Biaya terhadap Kepuasan Mahasiswa IAIN Ponorogo dalam Menggunakan BSI Mobile Banking". Skripsi: IAIN Ponorogo (2024).

¹⁰ OJK, "Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah," dalam <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx>, diunduh pada 02 Juni 2024.

Hanafi mengartikan al-wadi'ah yaitu menyertakan orang lain untuk memelihara harta dengan baik dan jelas, baik melalui tindakan juga isyarat. Sedangkan para jumbuh ulama yakni Mazhab Hanbaliyah, Syafi'iyah, dan Malikiyah mengartikan al-wadi'ah sebagai perwakilan orang lain untuk menjaga harta dengan cara tertentu.¹¹ Landasan hukum Al-Qur'an yaitu surah:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا﴾

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat*” (An-Nisa'/4:58).¹²

Pada Lembaga Keuangan Syariah, akad al-wadi'ah dalam implementasinya yaitu pada produk giro dan produk tabungan. Lembaga Keuangan Syariah mendapatkan keuntungan maupun kerugian dari dana titipan yang diberikan oleh nasabah, sedangkan nasabah mendapatkan imbalan keuntungan jaminan keamanan harta yang dititipkan, begitu juga dengan produk giro lainnya.¹³

Meskipun pengembangan layanan digital perbankan membawa berbagai kemudahan dalam bertransaksi maupun menabung, hal ini juga menimbulkan sejumlah permasalahan seperti kekhawatiran terkait keamanan dan privasi data nasabah, kesulitan dalam penggunaan teknologi, serta rendahnya tingkat

¹¹ Agus Alimuddin, "Bentuk Akad-Akad Bernama Di Lembaga Keuangan Syariah." *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol 2 no. 2 (2020): 83-84.

¹² QS. An-Nisa' (4): 58

¹³ *Ibid*

kepercayaan sebagian masyarakat terhadap layanan digital.¹⁴ Kelurahan Yosodadi, yang merupakan wilayah dengan potensi ekonomi terbesar kedua di Kecamatan Metro Timur setelah Kelurahan Iringmulyo, memiliki jumlah pelaku usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) yang terbilang tinggi, yaitu 292 unit usaha di bidang perdagangan, 151 di bidang industri, dan 89 di bidang jasa.¹⁵ Dengan jumlah penduduk mencapai 7.064 jiwa, pengembangan layanan digital oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kelurahan Yosodadi berpotensi menjadi solusi strategis dalam meningkatkan kenyamanan dan kemudahan masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan.

Tabel 1.1
Data Nasabah Lama Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah Indonesia

No.	Nama Nasabah	Lama Penggunaan
1.	N.A	3 tahun
2.	M	4 tahun
3.	Y.S	3 tahun
4.	S.R	6 tahun
5.	J	5 tahun
6.	T.Y	5 tahun
7.	K.B	3 tahun
8.	E.M	4 tahun
9.	A.R	4 tahun
10.	J.P	6 tahun
11.	A.D	5 tahun
12.	H.S	2 tahun
13.	S	2 tahun
14.	R	2 tahun
15.	D.S	1 tahun

Sumber: Data Primer yang diolah; Mei 2025

¹⁴ Anom Garbo and Hanifah Rodhiatul Latifah, "Optimasi Pelayanan Nasabah Bank Syariah Indonesia Melalui Penggunaan Kecerdasan Buatan," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 204 (2024): 846–862.

¹⁵ Usaha Umkm di Metro dalam <https://plid.metrokota.go.id/dokumen/daftar-usaha-umkm-di-metro-timur-YHyXj.pdf>, diunduh pada 11 Mei 2025

Berdasarkan pra-survei yang dilakukan peneliti terhadap 15 nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kelurahan Yosodadi, Kecamatan Metro Timur, yang mayoritas berusia antara 25 hingga 50 tahun dan berprofesi sebagai wiraswasta, diperoleh gambaran awal mengenai penggunaan layanan digital perbankan. Dari hasil wawancara, sebanyak 11 nasabah menyatakan telah menggunakan layanan digital BSI, khususnya untuk produk tabungan, dengan jangka waktu pemakaian lebih dari dua tahun. Dari beberapa nasabah yang peneliti wawancarai diantaranya: N.A, M, Y.S, S.R, J, dan E.M, telah mengetahui bahwa BSI sempat mengalami gangguan sistem selama beberapa hari akibat serangan *ransomware*. Meskipun demikian, mereka tetap memilih menggunakan layanan digital BSI karena merasa puas dan masih memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan yang diberikan. Sementara itu, lima nasabah lainnya, yaitu A.R, J.P, T.Y, K.B dan A.D, mengaku belum mengetahui adanya gangguan tersebut. Perbedaan ini mengindikasikan adanya variasi dalam literasi informasi dan kesadaran digital di kalangan nasabah, yang menjadi aspek penting dalam memahami sejauh mana layanan digital perbankan diterima dan dimanfaatkan oleh masyarakat secara menyeluruh.¹⁶

Selain itu, dari hasil wawancara dengan beberapa nasabah lainnya, yaitu H.S, S, R, dan D.S, diketahui bahwa mereka baru mulai menggunakan layanan digital pada produk tabungan Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam kurun waktu kurang dari dua tahun terakhir. Di antara mereka, H.S dan R menyatakan telah mengetahui adanya gangguan sistem layanan digital BSI

¹⁶ Wawancara dengan nasabah A.R, J.P, T.Y, K.B, A.D, A.R, J.P, T.Y, K.B dan A.D, nasabah Kelurahan Yosodadi Metro Timur pada tanggal 09 Mei 2025.

yang disebabkan oleh serangan *ransomware* yang sempat mengakibatkan kelumpuhan operasional selama beberapa hari. Meskipun demikian, keduanya tetap memilih untuk menggunakan layanan digital tersebut karena merasa puas dengan kemudahan transaksi yang ditawarkan serta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap reputasi dan komitmen BSI dalam memberikan layanan yang aman. Sementara itu, dua nasabah lainnya, yaitu S dan D.S, mengaku belum mengetahui informasi mengenai insiden tersebut. Ketidaktahuan ini menunjukkan bahwa tidak semua nasabah memperoleh informasi yang sama secara merata, yang kemungkinan disebabkan oleh perbedaan dalam literasi digital, intensitas penggunaan layanan, atau akses terhadap media informasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun layanan digital BSI telah digunakan oleh sebagian besar nasabah, tingkat kesadaran terhadap isu-isu keamanan *digital* masih bervariasi. Oleh karena itu, penting bagi pihak perbankan untuk tidak hanya fokus pada pengembangan teknologi, tetapi juga pada peningkatan edukasi dan komunikasi kepada nasabah guna membangun kepercayaan yang berkelanjutan dalam ekosistem layanan digital perbankan.¹⁷

Fenomena yang terjadi adalah munculnya permasalahan terkait keamanan dan privasi data nasabah. Banyak nasabah yang merasa khawatir tentang keamanan data mereka ketika menggunakan layanan digital BSI, seperti mobile banking atau internet banking. Mereka khawatir bahwa data mereka akan dicuri, dihack, atau digunakan untuk tujuan yang tidak sah. Hal

¹⁷ Wawancara dengan nasabah H.S, S, R, dan D.S, nasabah Kelurahan Yosodadi Metro Timur pada tanggal 09 Mei 2025.

ini menyebabkan nasabah merasa tidak nyaman dan tidak percaya diri dalam menggunakan layanan digital BSI. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk mengatasi permasalahan keamanan dan privasi data nasabah dalam menggunakan layanan digital BSI.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan *digital* terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah pada produk tabungan Bank Syariah. Oleh karna itu berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Layanan *Digital*, Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur)”**.

B. Indentifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Tingginya minat nasabah untuk transaksi secara digital namun BSI masih perlu pengembangan teknologi.
2. Bank BSI sebagai Bank Syariah terbesar di Indonesia akan tetapi pada sistem perbankan BSI mengalami serangan siber berupa *ransomeware*.
3. Adanya keterbatasan perhatian secara individu yang diberikan bank kepada nasabah.
4. Bank BSI sebagai Bank Syariah terbesar di Indonesia akan tetapi sejak pertama kali rilis BSI Mobile memiliki banyak kekurangan. Nasabah

mengeluhkan mengalami permasalahan tidak bisa mengakses aplikasi BSI Mobile, manajemen BSI menjelaskan bahwa error terjadi karena BSI tengah melakukan perawatan sistem (akun resmi Instagram @Banksyariahindonesia).

5. Bank BSI sebagai Bank Syariah terbesar di Indonesia akan tetapi dengan adanya maintenance yang terjadi pada BSI menyebabkan kekecewaan nasabah dan ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan oleh BSI Mobile.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan, terdapat beberapa masalah, untuk itu harus dilakukan batasan terhadap masalah yang menjadi ruang lingkup data penelitian. Penelitian ini akan difokuskan pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *digital* terhadap kepercayaan nasabah pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh kualitas layanan *digital* terhadap kepercayaan nasabah pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur
- b. Menganalisis pengaruh kualitas layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik serta wawasan dan pemahaman bagi masyarakat ataupun orang lain. Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pemahaman ilmu pengetahuan dan wawasan bagi perkembangan Ekonomi Syariah.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan pengambilan kebijakan bagi pihak bank, dan bagi peneliti selanjutnya untuk mengetahui pengaruh layanan *digital* terhadap kepercayaan

dan kepuasan nasabah menggunakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia.

F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan pemahaman dan wawasan bagi penulis, bagi pihak bank, dan bagi peneliti selanjutnya untuk mengetahui pengaruh layanan *digital* terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah.

1. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Lia Chairunisa “Pengaruh Layanan *Digital* dan Non *Digital* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia)”. Hasil analisis ini membahas tentang adanya pengaruh Layanan *Digital* dan Non *Digital* yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah . Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh Layanan *Digital* terhadap Kepuasan Nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.¹⁸
2. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Bunga Vabiola Ghantynireta “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh)”. Hasil analisis ini membahas tentang adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap kepuasan

¹⁸ Lia Chairunisa, "Pengaruh Layanan Digital dan Non Digital terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Bank Syariah Indonesia", Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, (2022).

nasabah. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.¹⁹

3. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Seneng Jayadi “Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia).” Hasil analisis ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah secara parsial. kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah secara parsial. Kepercayaan nasabah dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pejanggik 1 secara simultan dalam bertransaksi di Bank Syariah. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.²⁰
4. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Sulfila “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah BSI Kcp BARRU.” Hasil analisis ini membahas tentang adanya pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah BSI Kcp BARRU. Hasil

¹⁹ Bunga Vabiola Ghantynireta, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Studi pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh", Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda, (2021).

²⁰ Seneng Jayadi, "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah Studi pada Bank Syariah Indonesia", Skripsi: Universitas Islam Negeri Mataram, (2022).

penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan kuat antara kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah penelitian ini berpengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.²¹

5. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Mila Karmillah “Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran ARCADE”. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara layanan internet banking dengan kepuasan nasabah. Bertransaksi melalui layanan internet banking sangatlah menguntungkan bagi para nasabah karena layanan internet banking itu memudahkan nasabah dalam bertransaksi dalam perbankan kapanpun dan di manapun. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh layanan *E-Banking* terhadap kepuasan nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.²²
6. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Yuyul Fijriani “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin”. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa Layanan *internet banking* berpengaruh terhadap

²¹ Sulfila, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah BSI Kcp BARRU", Skripsi: IAIN PAREPARE, (2023).

²² Mila Karmillah, "Pengaruh Layanan *E-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran ARCADE", Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (2015).

kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Makassar. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh Layanan *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.²³

7. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Harbeis Suraone “Pengaruh Kualitas Layanan *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Bnak BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta”. Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan pada penelitian tersebut maka dapat difokuskan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengguna internet banking adalah keamanan, kehandalan dan desain website sedangkan variabel private dan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna internet banking. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh Layanan *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.²⁴
8. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Nanda Dian Rahmadani “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Layanan *Digital* Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Malang)”. Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan pada penelitian

²³ Yuyul Fijriani, "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin", Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makassar, (2018).

²⁴ Harbeis Suraone, "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bnak BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta", Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2018).

tersebut maka dapat difokuskan bahwa Kemudahan Layanan Digital secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Masa Pandemi Covid-19 pada Bank Syariah Indonesia. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh Layanan *Digital* terhadap kepuasan nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.²⁵

9. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Tentia Amelia “Pengaruh Layanan Aplikasi *Mobile Banking*, dan Layanan Anjungan Tunai Mandiri (Atm) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Sudirman”. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil variabel *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Sudirman. Hasil persamaan yang diperoleh $Y = 6,954 + 0,387X_1 + 0,461X_2$. Variabel *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah, variabel Anjungan Tunai Mandiri berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah, dan secara Simultan. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh Layanan *Mobile Banking*, dan Layanan Anjungan Tunai Mandiri (Atm) terhadap Kepuasan Nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.²⁶

²⁵ Nanda Dian Rahmadani, "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Malang)", Skripsi: Universitas Islam Malang, (2022).

²⁶ Tentia Amelia, "Pengaruh Layanan Aplikasi *Mobile Banking*, dan Layanan Anjungan Tunai Mandiri (Atm) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Sudirman", Skripsi: Uin Raden Fatah Palembang, (2022).

10. Penelitian dalam skripsi yang dilakukan oleh Hanny Dwi Yulianti “Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking*, Fitur Aplikasi, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Bsi Mobile di Jabodetabek”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh kualitas layanan mobile banking, fitur aplikasi, dan kemudahan transaksi terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile di Jabodetabek. Sedangkan secara parsial fitur aplikasi dan kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile di Jabodetabek, sedangkan kualitas layanan mobile banking tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile di Jabodetabek. Persamaan antara kedua penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.²⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu terletak pada metode penelitian yang dilakukan, teknik pengumpulan data, objek penelitian, dan Variable yang diuji. Berikut ini beberapa kemungkinan kekurangan penelitian yang dapat dijelaskan pada penelitian ini, yaitu: Pada penelitian terdahulu, variabel layanan *digital* terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah belum pernah menjadi 3 variabel independen dan dependen secara bersamaan. Pada penelitian ini ketiga variabel independen dan dependen disatukan menjadi sebuah novelty dari

²⁷ Hanny Dwi rianti, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Fitur Aplikasi, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Bsi Mobile di Jabodetabe",. (Jurnal Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (2024).

penelitian ini. Fokus pada bank tertentu: Penelitian ini difokuskan pada pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur yang menggunakan layanan digital pada produk tabungan Bank Syariah, sehingga masih memungkinkan terdapat perbedaan pada pengaruh layanan *digital* terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah di bank-bank lain.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan *Digital*

1. Pengertian Layanan *Digital*

Menurut Williams dalam Rahayu Mardikaningsih, layanan digital ialah layanan yang dikombinasikan melalui transaksi *digital* yang meliputi informasi, perangkat lunak melalui internet. Layanan *digital* dapat pula dijelaskan sebagai layanan berbasis teknologi yang memberikan alternatif nilai berdasarkan pada karakteristik khusus karena tidak berwujud, interaktif, relasional. Sedangkan Menurut Barret dan Mardikaningsih memberikan penjelasan bahwa layanan *digital* merupakan kesatuan dari teknologi digital dan sumber daya fisik yang disajikan berdasarkan inovasi layanan di era digital.¹

Layanan perbankan *digital* merupakan layanan yang memungkinkan seseorang untuk melakukan pembayaran dengan berbagai transaksi, memeriksa jumlah saldo, dan melakukan pengiriman dana secara instan yang tidak hanya berasal dari perbankan tetapi juga dari perusahaan penyedia jasa pembayaran lainnya. Layanan *digital* menciptakan komunikasi baru yang nyaman dan saluran transaksi keuangan cepat untuk pengguna ponsel. Layanan dapat diakses di mana saja, kapan saja, untuk memeriksa akun informasi, saldo tersedia,

¹ Rahayu Mardikaningsih, *Inovasi & Tren Layanan Digital Berbagai Sektor Optimalisasi dan Otomatisasi Digital untuk Dunia Kerja & Bisnis* (Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 03.

informasi kartu kredit atau debit, status cek, pengingat pembayaran, lokasi ATM dan cabang bank, mengakses laporan pinjaman dan ekuitas, manajemen kebijakan asuransi, atau menempatkan pesanan untuk buku cek, melalui ponsel.²

Berdasarkan pengertian layanan *digital* tersebut peneliti berpendapat bahwa layanan *digital* merupakan kebutuhan dan keinginan nasabah yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa baik itu seseorang maupun sekelompok orang agar memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi di era modern. Jika jasa yang diterima melampaui harapan nasabah, maka kualitas layanan.

2. Jenis Layanan *Digital*.

Beberapa layanan *digital* teknologi perbankan yang dapat memudahkan nasabah antara lain:³

a. *Electronic Banking* (E-Banking)

Semua bank yang sudah besar pasti memiliki pelayanan elektronik atau E- Banking. Zaman yang semakin berkembang dalam hal digital teknologi membuat pihak bank mengikuti zaman dengan cara mengembangkan teknologi perbankan seperti E-Banking karena di era teknologi dan informasi yang semakin canggih, industri perbankan

² Andi Mawardi, "Pengaruh Pelayanan Digital dan Pelayanan Konvensional terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih," *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia* Vol 1, no. 1 (2020): 126–127.

³ Muzayyana Tartila, "Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* Vol 8 no. 3 (2022): 3310-3316.

cenderung ketinggalan dengan para pesaingnya jika tidak menyediakan layanan elektronik.⁴

b. *Automated Teller Machine (ATM)*

Automated Teller Machine (ATM) adalah sistem pelayanan jasa bank menggunakan mesin atau secara elektronik, dimana nasabah dapat melakukan transaksi keuangan, seperti menarik atau mengambil uang secara tunai dan melihat saldo rekening giro atau rekening tabungan tanpa berhadapan langsung dengan petugas bank baik didalam maupun diluar jam kerja bank. Diwaktu jam kerja bank yang sibuk, untuk melakukan transaksi perbankan seperti pengambilan uang tunai, maka nasabah akan mengantri. Adanya pelayanan jasa secara elektronik maka nasabah tidak perlu lagi untuk mengantri untuk melakukan transaksi karena layanan perbankan secara elektronik lebih mudah dan praktis.⁵

c. *Mobile Banking*

Mobile Banking sendiri merupakan layanan yang disediakan oleh perbankan dengan cara mengunduh aplikasi di Play Store ataupun App Store pada ponsel masing-masing. Setelah itu bisa datang langsung ke cabang bank terdekat untuk melakukan aktivasi dengan

⁴ Bunga Fatimah, Siti and Achsanika Hendratmi. "Digitalisasi Pada Bank Mandiri Syariah Di Tengah Persaingan Dan Perubahan Teknologi." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 7 no. 4 (2020): 795-813.

⁵ Muhammad Muzani Zulmaizar. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Automatic Teller Machine (Atm) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Polewali Mandar Kecamatan Wonomulyo." *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam* Vol 4, no. 1 (2020): 82-99.

menemui *Customer Service* (CS). Selesai aktivasi *Mobile Banking* siap digunakan untuk aktivitas financial, contohnya pembayaran non tunai pada pembelian online maupun transaksi lainnya. Kualitas layanan *Mobile Banking* ini meliputi kenyamanan, keamanan, kemudahan, desain, dan juga sistem aplikasinya.⁶

3. Layanan Digital yang Berkualitas

Skala E-Service Quality merupakan skala yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. Skala ini mencakup 4 yang oleh Santouridis dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Efficiency*: Kemudahan dan kecepatan mengakses dan menggunakan situs. Efisiensi dianggap sangat penting dalam e Commerce karena kemudahan dan penghematan waktu umumnya dianggap sebagai alasan utama untuk belanja online.
- b. *Fulfillment*: Sejauh mana janji-janji situs terpenuhi. Pemenuhan merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk penilaian kualitas sebuah bisnis online karena menepati janji layanan dan pemenuhan pesanan yang akurat adalah elemen dari kualitas pelayanan yang mengarah kepada kepuasan pelanggan atau ketidakpuasan.
- c. *System availability*: Fungsi teknis yang benar dari situs meliputi waktu yang tepat bagi konsumen membeli dari sebuah bisnis online atau

⁶ Nailin Nikmah Agustin, "Analisis Peran Digital Payment Berbasis Mobile Banking Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC. Kudus)". Skripsi: IAIN Kudus (2022).

mereka hanya berselancar. Fungsi masalah seperti tombol tidak bekerja atau link yang hilang dapat menyebabkan pelanggan kecewadan dapat menyebabkan pelanggan keluar. Akibatnya, perusahaankehilangan kesempatan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

- d. *Privacy*: Sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pelanggan. Banyak orang masih belum bersedia untuk membeliproduk dari internet karena dari risiko yang berhubungan denganpenyalahgunaan informasi pribadi. Privacy telah terbukti sangatberpengaruh terhadap niat untuk membeli, kepuasan pelanggandan kualitas situssecara keseluruhan.

Faktor yang membentuk indikator kualitas layanan digital Bank Syariah Indonesia adalah ketersediaan layanan *digital*, keandalan layanan *digital*, keamanan layanan *digital* dan responsivitas terhadap layanan *digital*. Penjelasaannya adalah sebagai berikut:⁷

- a. Ketersediaan layanan *digital*, mencakup kesesuaian informasi produk yang disajikan dengan produk konsumen terima nantinya, ketepatan order, dan kelancaran pengiriman.
- b. Keandalan layanan *digital*, mencakup segala pengalaman konsumen dalam menelusuri situs, termasuk tampilan website, kecepatan akses, dan kemudahan penggunaan (ease of use).

⁷ Hamzah, Muh, et al. "Analisis Kualitas Layanan Aplikasi WONDR by BNI Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank BNI KCP Paiton): Analisis Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Terhadap Aplikasi WONDR by BNI, Bank BNI KCP Paiton." *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* vol 8. No.1 (2024): 38-51.

- c. Keamanan layanan *digital*, mencakup fasilitas website yang memberikan rasa aman, baik dari segi pembayaran maupun keamanan data personal yang konsumen berikan.
- d. Responsivitas terhadap layanan *digital*, mencakup kemauan dan kelihaihan karyawan perusahaan dalam memecahkan masalah, dan keinginan untuk membantu dan menjawab pertanyaan dari konsumen.

4. Pengaruh Layanan *Digital* Terhadap Kepuasan Nasabah

Pengukuran kualitas layanan *digital* dibagi menjadi beberapa diantaranya yaitu:⁸

- a. Memberikan Kenyamanan

Kenyamanan merupakan kesenangan yang dialami seseorang pada saat menggunakan perangkat. Kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna layanan *digital* atau nasabah berperan penting dalam mengembangkan aplikasi layanan *digital* kedepannya.

- b. Memberikan Keamanan

Keamanan merupakan hal yang penting dan mendasar dalam menggunakan layanan *digital* sebagai upaya komitmen perbankan untuk senantiasa menjaga data privasi nasabah.

- c. Memberikan Kemudahan

Kemudahan yang dimaksud adalah mudah untuk diakses maupun digunakan kapan saja dan dimana saja.

⁸ Aldilla Iradianty dan Bayu Rima Aditya, "Indonesian Student Perception in Digital Payment," *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol 17, no. 4 (2020): 518–523.

d. Menciptakan Desain

Desain merupakan tampilan aplikasi beserta fitur-fiturnya yang ditata sedemikian rupa agar menarik perhatian nasabah.

e. Mengoprasikan Sistem aplikasi

Sistem aplikasi didefinisikan sebagai ukuran dalam keberhasilan suatu layanan *digital* dari sudut pandang teknis. Sistem aplikasi dikatakan berhasil apabila saat digunakan tidak ada kendala yang serius atau tidak adanya komplain dari nasabah.

B. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Menurut Pavlo dalam Priansa, kepercayaan dapat didefinisikan sebagai penilaian ikatan seseorang terhadap individu lain yang melaksanakan kesepakatan eksklusif sesuai dengan intensi pada suatu ketidakpastian lingkungan. Sedangkan dari sudut pandang Furnell, menyajikan pandangan bahwa kepercayaan adalah suatu entitas yang dibagikan antara dua individu dalam suatu hubungan. Definisi ini merangkul ide bahwa kepercayaan merupakan elemen yang bersifat saling terkait dan memegang peran sentral dalam interaksi antar individu.⁹

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah proses yang didasarkan pada pengalaman masa lalu yang relevan, memerlukan waktu agar terbentuk, berlangsung secara bertahap dan terakumulasi dalam dunia

⁹ Ratu Fathin Rania, *Dampak Social Media Marketing dalam Kepercayaan Konsumen*, (Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2019), 43.

perbankan, kepercayaan nasabah merupakan hal yang sangat penting karena hal ini dapat meningkatkan hubungan antara nasabah dan bank. Membentuk Kepercayaan nasabah sehingga nasabah merasa aman untuk bertransaksi dengan bank, merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan nasabah, karena kepercayaan nasabah merupakan pondasi dari suatu bisnis.¹⁰

Berdasarkan pengertian tersebut peneliti berpendapat bahwa kepercayaan nasabah bisa diartikan sebagai harapan dan keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap kejujuran, kebaikan, dan sifat positif lainnya dari orang lain. Kepercayaan terbentuk dari kombinasi harapan terhadap kejujuran dan kebaikan, serta kesediaan untuk menghargai dan menerima perbedaan yang ada di antara individu.

2. Karakteristik Kepercayaan

Menurut Donni Juni dalam Yonatan Sulle, kepercayaan dibangun atas sejumlah karakteristik. Berbagai karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan adalah sebagai berikut:¹¹

a. Menjaga Hubungan

Nasabah yang percaya akan senantiasa menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan perusahaan karena ia menyadari bahwa

¹⁰ Andyan Pradipta Utama dan Tri Ratma Murti, "Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah," *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 4, no. 2 (2021): 79–86.

¹¹ Yonatan Sulle, "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Bank Papua Cabang Kapi)," *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* Vol 2, no. 1 (2022): 101.

hubungan yang baik akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi dirinya.

b. Menerima Pengaruh

Nasabah yang memiliki kepercayaan yang tinggi akan mudah dipengaruhi sehingga biaya perusahaan/pemasaran untuk program pemasaran menjadi semakin murah.

c. Terbuka dalam Komunikasi

Nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang konstruktif bagi perusahaan sehingga arus informasi menjadi tidak tersendat.

d. Mengurangi Pengawasan

Nasabah yang percaya biasanya jarang mengkritik sehingga ia mengurangi fungsi pengawasan nya terhadap perusahaan atau pemasar

e. Kesabaran

Nasabah yang percaya akan memiliki kesabaran yang berlebih dibandingkan dengan konsumen biasa.

f. Memberikan Pembelaan

Nasabah yang percaya akan memberikan pembelaan kepada perusahaan atau pemasar ketika produk yang dikonsumsi dikritik oleh kompetitor atau pengguna lainnya.

g. Memberi Informasi yang Positif

Nasabah yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.

h. Menerima Risiko

Nasabah yang percaya akan menerima resiko apapun ketika ia memutuskan untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

i. Kenyamanan

Nasabah yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa perusahaan atau pemasar memberikannya kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek maupun panjang.

j. Kepuasan

Nasabah yang percaya akan mudah untuk diberikan kepuasan dibanding konsumen yang tidak percaya.

3. Indikator Kepercayaan

McKnight et al dalam Bimantara, Gemilang Wahyu, et al menyatakan bahwa ada dua indikator kepercayaan nasabah, yaitu:¹²

a. *Trusting Belief*

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (nasabah) terhadap pihak yang dipercaya (layanan digital BSI) yang mana penjual memiliki karakteristik yang akan menguntungkan nasabah. McKnight et al

¹² Bimantara, Gemilang Wahyu, et al. "Pengaruh Perceived Web Vendor Reputation dan Perceived Website Quality terhadap Kepercayaan Konsumen pada Media Sosial TikTok Kamikisah Wedding Organizer." *Soetomo Administrasi Bisnis* vol.2 no.2 (2024): 459-462.

dalam Bachmann dan Zaheer menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun *trusting belief*, yaitu *benevolence*, *integrity*, dan *competence*.

b. *Trusting Intention*

Trusting intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. McKnight et al dalam Bachmann dan Zaheer menyatakan bahwa ada dua elemen yang membangun *trusting intention* yaitu *willingness to depend* dan *subjective probability of depen*.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan menurut Job dan Putnam dalam Tranter dan Skrbis, ada dua yaitu:¹³

a. Faktor rasional

Faktor rasional bersifat strategis dan kalkulatif, artinya seseorang atau lembaga dapat dipercaya karena memiliki keahlian tertentu atau posisi profesional yang relevan. Dalam konteks kepercayaan terhadap bank, nasabah memberikan kepercayaan karena bank menunjukkan kompetensi, akuntabilitas, dan profesionalisme

¹³ Harjoni Desky, Rina Murinda dan Razali Razali. "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe." *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi Vol 6*, no. 2 (2022): 1812-1829.

dalam menjalankan operasional keuangan. Hal ini mencakup keandalan sistem perbankan, keamanan data, transparansi informasi, serta kemampuan bank dalam mengelola risiko dan memberikan layanan finansial yang sesuai dengan kebutuhan. Kepercayaan ini didasarkan pada pertimbangan logis dan informasi objektif yang diperoleh melalui pengalaman pribadi, testimoni nasabah lain, maupun citra publik bank tersebut. Dengan kata lain, nasabah akan lebih mudah mempercayai bank yang terbukti kredibel, stabil secara finansial, dan mematuhi regulasi yang berlaku.

b. Faktor relasional.

Faktor relasional, juga dikenal sebagai faktor afektif atau moralistik, lebih menekankan pada nilai-nilai sosial, hubungan interpersonal, dan etika yang dijunjung tinggi oleh pihak bank. Kepercayaan relasional terhadap bank terbentuk melalui interaksi yang konsisten dan positif antara nasabah dan pegawai bank, pelayanan yang ramah dan humanis, serta kepedulian bank terhadap kesejahteraan nasabah dan komunitas. Nilai-nilai seperti kejujuran, empati, rasa tanggung jawab, dan komitmen jangka panjang menjadi fondasi penting dalam membangun relasi yang kuat. Budaya organisasi yang inklusif, pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan nasabah, serta reputasi moral bank juga memainkan peran kunci dalam menciptakan kepercayaan relasional. Kepercayaan ini tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kolektif, di mana komunitas secara

bersama-sama menilai kredibilitas bank berdasarkan pengalaman sosial dan nilai-nilai yang dianut bersama.¹⁴

Jadi, faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan terdiri dari dua hal yakni faktor rasional dan faktor relasional

C. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian

Nasabah merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan nasabah. Oleh karena itu, nasabah memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk dan layanan yang diberikan bank.¹⁵

Nasabah dapat dikategorikan menjadi tiga bagian yakni nasabah baru, nasabah biasa, dan nasabah utama. Nasabah baru merupakan nasabah yang baru saja melakukan registrasi pada suatu bank dan baru pertama kali melakukan transaksi berupa setoran awal. Selanjutnya adalah nasabah biasa, merupakan nasabah yang sudah berhubungan dengan pihak bank berkali-kali namun tidak sering datang ke bank. Biasanya nasabah tersebut datang ke bank sekedar untuk melakukan setoran tunai sebulan sekali atau lebih. Sedangkan nasabah utama merupakan nasabah yang sering berhubungan dengan bank atau sering datang ke

¹⁴ Khamdan Rifa'i, *Membangun Loyalitas Pelanggan* (Jember: Pustaka Ilmu Yogyakarta, 2019), 64-65.

¹⁵ Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), 31-32.

bank biasanya nasabah utama ini sudah tidak perlu lagi diragukan kesetiaanya.¹⁶

Kotler mengemukakan Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan, nasabah sangat puas, senang atau gembira.¹⁷

Menurut Band dalam Nasution, kepuasan nasabah akan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan nasabah. Bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan nasabah maka kepuasan tidak akan tercapai. Nasabah yang tidak puas pada barang atau jasa yang digunakanya, ia akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.¹⁸

Berdasarkan pengertian tersebut peneliti berpendapat bahwa kepuasan nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa perbankan dan berharap produk dan layanan tersebut melebihi ekspektasinya sehingga menimbulkan rasa senang serta nantinya nasabah akan merasa

¹⁶ Karim Kurniati, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020), 99.

¹⁷ *Ibid.*, 32.

¹⁸ M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 46.

puas untuk melakukan pembelian produk atau jasa dan layanan secara berulang atau terus menerus.

2. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dapat diukur dengan berbagai cara sebagai berikut:¹⁹

a. Keluhan dan saran

Perusahaan atau perbankan perlu menyediakan kesempatan yang luar bagi nasabah yang ingin mengungkapkan keluhannya ataupun memberikan saran dan kritik melalui beberapa media seperti website, kotak saran, info kontak yang disediakan perbankan atau perusahaan.

b. *Ghost shopping*

Pembeli bayangan atau *ghost shopping* yakni mempekerjakan beberapa orang untuk berpura-pura membeli produk pada perusahaan atau perbankan pesaing dan melaporkan kekurangan atau kelebihan produk pesaing kepada perusahaan atau perbankan yang mempekerjakan dirinya.

c. Analisis pelanggan yang lari

Bagi pihak perusahaan atau perbankan yang mengetahui nasabah berhenti melakukan pembelian atau berpindah ke perusahaan atau perbankan lainnya, maka yang perlu dilakukan oleh pihak perbankan adalah menghubungi nasabah tersebut. Setelah mengetahui alasannya, nasabah tersebut berusaha menganalisis dan

¹⁹ Krisna Nugraha, "Disruptive Diverting Effects : Teori dan Implikasi pada Bank Syariah Indonesia," *Majalah Ilmiah Dian Ilmu* Vol 22, no.1 (2022): 6-7.

memperbaiki kekurangan terkait dengan produk atau jasa dan layanan pada perusahaan atau perbankan tersebut.

d. Melakukan survey

Cara yang terakhir adalah melakukan survey kepuasan konsumen atau nasabah secara langsung pada saat nasabah atau konsumen datang ke bank.

3. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam buku Fandy Tjiptono, indikator kepuasan yaitu:²⁰

a. Kesesuaian Harapan

Adalah tingkat kesesuaian antara kinerja atau hasil produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan oleh nasabah, meliputi:

- 1) Kinerja atau hasil produk jasa yang diterima sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan oleh nasabah.
- 2) Kualitas layanan *digital* yang memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah.
- 3) Manfaat dan fasilitas yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan oleh nasabah.²¹

²⁰ Kesia Rani Lumempow, Frederik G. Worang, dan Emilia Gunawan. "Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada swiss belhotel maleosan manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* Vol 11, no. 1 (2023): 1-11.

²¹ Rizal Zulkarnain dan Agus David Ramdansyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Vol 2, no. 1 (2020): 87-110.

b. Minat berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang.

Adalah kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa terkait, meliputi:

- 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena layanan yang diterima oleh konsumen dari karyawan memuaskan.
- 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena manfaat yang diterima oleh nasabah setelah mendapatkan produk atau jasa.
- 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.²²

c. Kesediaan merekomendasikan

Adalah kesediaan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa untuk merekomendasikan kepada teman maupun kerabat, meliputi:

- 1) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena layanan yang diberikan memuaskan.
- 2) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai

²² Venny N Rembet, Lisbeth Mananeke, and Sjendry S. Loindong. "Pengaruh Service Performance, Kepercayaan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo Cabang Beo." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol 8, no. 3 (2020): 332-343.

- 3) Menyarankan teman dan kerabat untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena memberikan nilai ataupun manfaat yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut.²³

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah:²⁴

a. Faktor Eksternal

- 1) Faktor sosial, adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor sosial ini terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Yang dimaksud kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.
- 2) Produk, adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud *tangible* dan tidak berwujud *intangible* yang mencakup warna, harga, kemasan, *prestise* dan pelayanan yang diberikan produsen agar dapat diterima oleh nasabah sebagai kepuasan kebutuhan nasabah.
- 3) Pengertian harga, merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar nasabah untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Penentuan harga merupakan

²³ Dikdik Harjadi, *Marketing Teori dan Konsep* (Kuningan: PT Arr Rad Pratama, 2024), 349-350.

²⁴ Nandan limakrisna Supranto, "Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (Unnik Memenangkan Persaingan Bisnis)," in *Jakarta: Mitra Wacana Media*, 2011, 17.

salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan.

- 4) Lokasi, berhubungan dengan keputusan yang di buat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan karyawannya di tempatkan. Hal yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat.
- 5) Pelayanan, pelayanan yang baik juga menjadi salah satu syarat kesuksesan suatu produk dalam perusahaan. Pelayanan atau service merupakan pelayanan secara tidak langsung yang dilakukan oleh bank, karena jika pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik maka nasabah akan merasa puas dan hasil ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi.

b. Faktor Internal

- 1) Motivasi, Motivasi merupakan keadaan dalam diri individu yang menyebabkan mereka berperilaku dengan cara yang menjamin tercapainya suatu tujuan. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional melalui pembelian dan penggunaan suatu produk.
- 2) Sikap dan Keyakinan, Sikap adalah suatu evaluasi atau perasaan dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap

menempatkan seseorang kedalam suatu pemikiran untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek. Keyakinan adalah pemikiran yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan yang diformulasikan seseorang tentang produk dan jasa tertentu.²⁵

D. Produk Tabungan

1. Pengertian Produk Tabungan

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau dana investasi berdasarkan mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya dapat dilakukan dengan syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Produk Tabungan merupakan karakteristik berwujud dan tidak berwujud seperti warna, harga, dan kemasan.²⁶

Tabungan merupakan salah satu bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, artinya produk ini dapat ditarik oleh nasabah kapan saja sesuai dengan kebutuhannya. Bagi hasil yang diberikan kepada nasabah melalui tabungan tidaklah besar. Namun jenis penghimpunan dana tabungan merupakan produk penghimpunan yang lebih minimal biaya bagi pihak bank karena penghimpunan dana melalui produk tabungan

²⁵ *Ibid.*, 17.

²⁶ Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 ayat 21.

cenderung lebih murah karena biaya operasionalnya relatif rendah. Hal ini karena produk tabungan biasanya memiliki bagi hasil atau tingkat bunga yang relatif kecil bagi nasabah. Selain itu, jumlah nasabah yang menggunakan tabungan biasanya lebih tinggi dibandingkan produk pembiayaan lain seperti deposito dan investasi, sehingga bank dapat menghasilkan dana dalam jumlah besar tanpa memerlukan biaya pemasaran yang besar.²⁷

2. Jenis Produk Tabungan

a. BSI Tabungan Bisnis

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

b. BSI Tabungan Easy Mudharabah

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

c. BSI Tabungan Easy Wadiah

Merupakan tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat

²⁷ Winanti, Wiwin, et al. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah Di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera." *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)* Vol 5 No.2 (2021): 273-298.

dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.

d. BSI Tabungan Efek Syariah

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

e. BSI Tabungan Haji Indonesia

Merupakan tabungan perencanaan haji dan Umroh yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad Wadiah Yah Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah. Tabungan ini dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas e-Banking apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

f. BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Merupakan tabungan perencanaan haji dan Umroh yang berlaku 79 untuk anak berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad Wadiah Yah Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah. Tabungan ini dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas e-Banking apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

g. BSI Tabungan Junior

Merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

h. BSI Tabungan Mahasiswa

Merupakan tabungan dengan akad wadiah dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri/Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) atau pegawai/anggota Perusahaan/ Lembaga/ Asosiasi/ Organisasi Profesi yang bekerja sama dengan Bank.

i. BSI Tabungan Payroll

Merupakan tabungan khusus merupakan produk turunan dari Tab Wadiah/Mudharabah Reguler yang dikhususkan untuk Nasabah Payroll dan Nasabah Migran.

j. BSI Tabungan Pendidikan

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

k. BSI Tabungan Pensiun

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

l. BSI Tabungan Prima

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

m. BSI Tabungan Rencana

Merupakan tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangan nya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi.

n. BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Merupakan tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

o. BSI Tabungan Smart

Merupakan basic saving account dengan akad Wadiah Yad Dhamanah merupakan literasi 81 dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

p. BSI Tabungan Valas

Merupakan tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank.

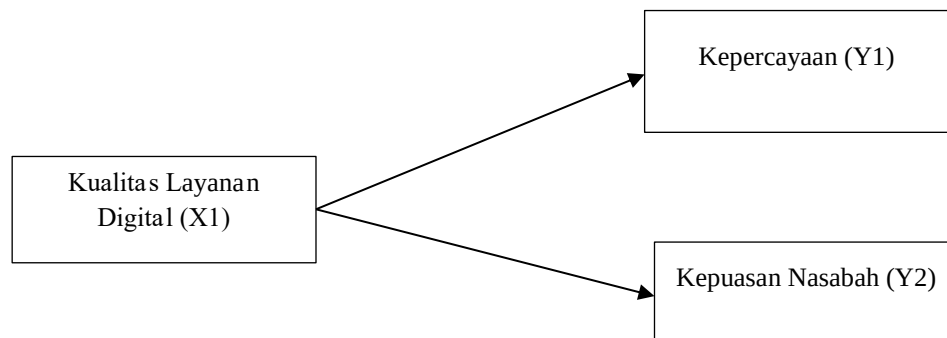
q. BSI TabunganKu

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

r. BSI Tapenas Kolektif

Merupakan tabungan perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang untuk karyawan atau tenaga kontrak pada suatu institusi berdasarkan suatu perjanjian kerjasama.²⁸

E. Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

²⁸ BSI, “Tabungan Produk Simpanan Sesuai Prinsip Syariah,” dalam [https://www.bankbsi.co.id/ produk&layanan/tipe/individu/kategori/simpanan](https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/simpanan) diunduh pada 02 Juni 2024.

F. Hipotesi Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesa statistik pada variabel yang digunakan pada penelitian ini, secara parsial adalah:

1. Pengaruh Layanan *Digital* (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Ha₁ :Terdapat pengaruh layanan *digital* terhadap kepercayaan nasabah

Ho₁ :Tidak ada pengaruh layanan *digital* terhadap kepercayaan nasabah

2. Pengaruh Pengaruh Layanan *Digital* (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)

Ha₂ :Terdapat pengaruh layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah

Ho₂ :Tidak ada pengaruh layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini membahas mengenai pengaruh Layanan *Digital* terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk mengetahui hipotesis yang telah ditetapkan.¹

2. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail. Penelitian deskriptif kuantitatif memberikan jawaban terhadap suatu masalah atau mendapatkan informasi lebih mendalam

¹ Helmina Andriani Hardani dan Dhika Juliana Sukmana, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Mataram: CV Pustaka Ilmu, 2020), 255.

dengan luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap penelitian dengan pendekatan kuantitatif.²

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional sebagai penjabaran variabel-variabel yang diteliti dalam suatu penelitian hingga menjadi bersifat operasional sehingga bisa diukur dengan alat ukur penelitian. Definisi operasional harus dapat menjelaskan arti variabel dan cara pengukuran variabel secara spesifik yang tersusun dalam bentuk matrik (berisi nama variabel, deskripsi variabel, alat dan cara pengukuran, skala ukur dan hasil ukur). Variabel penelitian adalah komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan penelitian. Variabel adalah komponen utama dalam penelitian, oleh sebab itu penelitian tidak akan berjalan tanpa ada variabel yang diteliti. karena variabel merupakan objek utama dalam penelitian Untuk menentukan variabel tentu harus dengan dukungan teoritis yang diperjelas melalui hipotesis penelitian.³

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dan juga secara umum variabel dependen yang dinotasikan dalam bentuk huruf Y. Variabel dependen ini juga disebut dengan variabel terikat, variabel tidak bebas atau juga variabel.⁴ Dalam penelitian ini

² *Ibid.*, 256.

³ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2020), 56.

⁴ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), 37.

variabel terikat (dependent variabel) adalah kepercayaan nasabah dan kepuasan nasabah di bank syariah yang dikonotasikan dengan huruf Y.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Dependen

Variabel	Definisi	Indikator
Kepercayaan (Y1)	Kepercayaan adalah keyakinan bahwa pelanggan akan menemukan apa yang diharapkan dengan menggunakan suatu produk atau jasa.	1. <i>Trusting Belief</i> 2. <i>Trusting Intention</i>
Kepuasan Nasabah (Y2)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Rekomendasi

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang dimana memberikan pengaruh kepada variabel lain dan secara umum variabel independen ini dinotasikan dengan bentuk huruf X. Variabel independen ini juga disebut juga dengan variabel yang tidak terikat, variabel bebas ataupun juga variabel eksogen.⁵

Dalam penelitian ini variabel pengaruh pengetahuan dan keluarga atau yang dikonotasikan dengan huruf X yaitu layanan *digital* (X).

⁵ *Ibid.*, 38.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel Independen

Variabel	Definisi	Indikator
Layanan Digital (X)	Layanan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik, melalui media digital milik calon nasabah dan atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri.	1. Ketersediaan Layanan <i>Digital</i> 2. Keandalan Layanan <i>Digital</i> 3. Keamanan Layanan <i>Digital</i> 4. <i>Responsivitas</i> terhadap Layanan Bantuan

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah seluruh subjek yang diteliti dan sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti. Populasi merupakan skor keseluruhan dari individu yang karakteristiknya hendak diteliti dan satuan-satuan tersebut dinamakan unit analisis, dan dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, benda-benda.⁶

Total unit atau individu yang karakteristiknya akan diperkirakan dalam suatu sampel disebut sebagai populasi. Populasi adalah istilah luas yang mengacu pada sekelompok Objek dan subjek dengan ciri-ciri tertentu yang ditentukan peneliti dan dari mana kesimpulan dapat diambil. Dalam Penelitian ini populasi yang digunakan adalah masyarakat kelurahan yosodadi Kecamatan Metro Timur yang

⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015), 117.

menggunakan layanan digital pada produk tabungan Bank Syariah Indonesia.

2. Sampel

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Dalam pengambilan sampel untuk sebuah penelitian dapat digunakan kuesioner, untuk memperoleh tanggapan dari nasabah yang masuk dalam sampel yang diteliti.⁷

Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* atau teknik pengambilan sampel di mana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dikatakan simple karena pemilihan sampel diambil secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata dari populasi yang ada.⁸

Di dalam penelitian kali ini dalam menentukan berapa jumlah sampel yang digunakan adalah menggunakan rumus Lemeshow. Perhitungan sampel dengan pendekatan suatu rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti.⁹

⁷ *Ibid.*, 118.

⁸ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: 1zifatama Publishing, 2008), 107.

⁹ Firkhan, *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner* (Indramayu: CV Adanu Abimata, 2023), 29.

Dalam menghitung jumlah populasi yang menggunakan Rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada Kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal Estimasi

d = Tingkat Kesalahan

Dari rumusan tersebut diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$n = 96,04$ dibulatkan 96 responden

Berdasarkan perhitungan diatas, n menunjukkan hasil 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 96 responden.

D. Teknik Penggumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang dipergunakan untuk menyusun skripsi ini, maka metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner yaitu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada informan dengan harapan dapat memberikan jawaban atas daftar pertanyaan tersebut. Dalam penelitian ini semua pertanyaan ataupun pernyataan dalam kuisisioner tersebut disusun secara urut dengan variabel yang sesuai dengan indikator, dengan tujuan untuk pertanyaan ataupun pernyataan dalam kuisisioner tersebut tidak berlawanan dari tujuan penelitian.¹⁰ Daftar pertanyaan dapat bersifat tertutup jika pilihan-pilihan jawaban telah disediakan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dapat dilihat dan disimpan dalam penelitian yang mencakup segala keperluan data yang diteleti, merujuk pada materi seperti foto, video, film, memo, surat, dan memorabilitas segala macam yang dapat digunakan sebagai informasi tambahan dalam studi kasus.¹¹

¹⁰ *Ibid.*, 34.

¹¹ *Ibid.*, 40.

E. Instrument Penelitian

Pada penelitian kuantitatif, peneliti menggunakan instrumen data berupa alat ukur untuk mengumpulkan data penelitian. Adapun data yang dikumpulkan menggunakan kuisioner dalam penelitian ini adalah *Skala Likers*. *Skala Likers* yaitu beberapa pernyataan dalam mengukur sikap individu dengan merespon pertanyaan dari 5 (lima) titik pilihan pertanyaan seperti Sangat tidak setuju, Tidak setuju, Netral, Setuju, dan Sangat setuju.¹²

Tabel 3.3
Instrument Skala Likers

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Skala yang digunakan untuk mengukur dan menilai jawaban atau respon seseorang yang didapatkan dengan skor yang telah ditentukan melalui tanggapan secara singkat dari beberapa pernyataan yang telah diajukan terhadap sampel.

F. Uji Instrumen

Instrumen penelitian (kuisioner) adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Instrumen ada yang telah tersedia dan ada pula yang belum tersedia dan disini bisa juga dibuat

¹² Untung Raharjda, *Statistik Deskriptif Teori, Rumus, Kasus untuk Penelitian* (Bantem: APTIKOM, 2023), 33.

sendiri oleh peneliti. Tetapi kebanyakan instrumen yang telah tersedia telah terjadi validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Cara yang dilakukan adalah dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Teknik korelasi yang digunakan adalah *product moment*.¹³

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi antara item (X) dengan skor total (Y)

X : Skor setiap item

Y : Skor total

N : Jumlah responden

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikasi koefisien pada taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen dinyatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

¹³ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 83.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata reliability yang mempunyai asal kata rely dan ability. Pengukuran yang memiliki reabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (reliable). Ide pokok dalam konsep reability adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran akan dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.¹⁴ Data yang reliabel belum tentu valid. Untuk uji reliabilitas digunakan teknik pengukuran koefisien dari *alpha cronbach* dengan rumus:

$$r_{II} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{II} :Koefisien reliabilitas alpha

k :Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$:Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$:Varians total

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah data dari tiap-tiap variabel penelitian distribusi normal atau tidak. Untuk

¹⁴ Agustinus Bandur, *Validitas dan Reliabilitas Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 210.

mengidentifikasi data berdistribusi normal adalah dengan melihat nilai 2-tailed significance yaitu jika masing-masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian berdistribusi normal. Analisis data dapat dilanjutkan apabila data tersebut terdistribusi dengan normal.¹⁵ Untuk menguji normalitas dengan uji *kolmogorov-smirnov* digunakan formula:

$$KS = 1.36 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 \times n_2}}$$

Keterangan:

KS : Harga *kolmogorov-smirnov* yang dicari

n_1 : Jumlah sampel yang diobservasi/diperoleh

n_2 : Jumlah sampel yang diharapkan

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terbentuk adanya korelasi tinggi atau sempurna antar variabel bebas (independen). Jika ditemukan ada hubungan korelasi yang tinggi antar variabel bebas maka dapat dinyatakan adanya gejala multikolinearitas pada penelitian. Persyaratan ini menuntut bahwa antarvariabel bebas tidak boleh ada korelasi yang tinggi yaitu r lebih besar dari 0,800. Pengujian menggunakan teknik analisis product moment guna menghitung korelasi antarvariabel bebas. Jika korelasi tersebut lebih besar dari 0,800 maka terjadi multikolinieritas antara variabel bebas.

¹⁵ Sutrisno Hadi, *Seri Program Statistic - Versi 2000, Tesis* (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2000), 102.

Ini berarti untuk persyaratan uji regresi linier berganda tidak dapat dilanjutkan. Sebaliknya jika tidak terjadi multikolinieritas, uji regresi linier berganda dapat dilanjutkan. Rumus yang digunakan rumus korelasi product moment dari pearson sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variable x dan variable y

n : Jumlah sampel

$\sum_{xy}$: Jumlah perkalian antara variable x dan variable y

$\sum x^2$: Jumlah variable kuadrat nilai x

$\sum y^2$: Jumlah variable kuadrat nilai y

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah residual dari model yang terbentuk memiliki varian yang konstan atau tidak. Uji heteroskedastisitas penting dilakukan pada model yang terbentuk. Metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas antara lain metode grafik, park, glesjer, korelasi spearman, goldfeld-quandt, breusch-

pagan dan white. Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik maupun uji informal lainnya karena tanpa adanya angka statistik penafsiran tiap orang berbeda terhadap hasil pengujian.¹⁶

Metode untuk mengetahui adanya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glesjer secara manual dengan rumus resabs abs (resid) yaitu meregresikan nilai residual absolut dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai probability $> 0,05$ artinya tidak ada masalah dengan heteroskedastisitas
2. Nilai probability heteroskedastisitas $< 0,05$ artinya adanya masalah dengan Heteroskedastisitas

H. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah pengelompokan data kedalam beberapa kategori yang menunjukkan banyaknya dalam setiap kategori dan setiap data tidak dapat dimasukan kedalam dua atau lebih kategori. Secara sederhananya, distribusi frekuensi merupakan suatu daftar yang membagi data yang ada kedalam beberapa kelas. Analisis distribusi frekuensi bertujuan untuk mendapatkan sebuah perhitungan dan jumlah respon yang dihubungkan dengan perbedaan nilai dari suatu variable dan untuk menunjukan perhitungan ini dalam bilangan persentase.¹⁷

¹⁶ Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Sukaharjo: CV Pradina Pustaka Grup, 2021), 14.

¹⁷ Suharyadi, *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 28.

I. Linear Sederhana

Regresi Sederhana merupakan analisis yang terdiri hanya dua variabel saja yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Regresi Sederhana dapat dijabarkan sebagai berikut:¹⁸

$$Y_1 = a + bX$$

$$Y_2 = a + bX$$

Keterangan:

Y : variabel dependen

X : variabel independen a = konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b : koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

J. Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu-individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu.¹⁹

Menurut Ghozali, uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Cara melakukan uji t sebagai berikut:

¹⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Medan: Penerbit KBM Indonesia, 2021), 51.

¹⁹ *Ibid.*, 53.

- a. *Quick look*: bila jumlah *degree of freedom* (df) adalah 20 atau lebih, dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H_0 yang menyatakan $\beta_i = 0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- b. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel atau nilai signifikansi < 0.05 , kita menerima hipotesis alternatif (H_A) yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

K. Uji F (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan. Uji f dapat diperoleh melalui rumus:²⁰

$$F = \frac{\frac{R^2}{K}}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

keterangan:

R^2 : Koefisien Determinan

K : Jumlah Variabel Independen

n : Jumlah Sampel

²⁰ Bagu Nurcahyo, "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan *Aktifitas Word Of Mouth* (Wom) pada Penggunaan Keputusan Pembelian Produk Frashion," *Jurnal Nusamba* Vol 3, no. 01 (2018): 19.

Berdasarkan rumus diatas, apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0.05 (5%), maka berpengaruh signifikan. Sedangkan, apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0.05 (5%), maka tidak berpengaruh.

L. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Metode pengujian ini digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel Layanan *Digital* (X) terhadap Kepercayaan (Y1) dan Kepuasan Nasabah (Y2).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

Populasi pada penelitian ini ialah masyarakat di Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur. Adapun jumlah penduduk di Kelurahan Yosodadi sebanyak 7.064 (tujuh ribu enam puluh ribu) jiwa. Peneliti mengambil jumlah sampel berdasarkan Rumus Lemeshow dengan probabilitas kesalahan sebesar 10% sehingga mendapatkan hasil sampel sebanyak 96 responden. Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan *teknik simple random sampling*, yaitu pemilihan sampel secara acak dari suatu populasi tanpa memperhatikan strata populasi yang ada. Sebelum melakukan analisa dalam penelitian, peneliti terlebih dahulu mengemukakan gambaran karakteristik responden yang dijadikan sample pada penelitian. Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.

Berdasarkan tanggapan responden dari data kuesioner yang terkumpul, maka hasil dari identifikasi karakteristik responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-Laki	52	54,2%
Perempuan	44	45,8%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data Primer yang diolah; Januari 2025

Kepada seluruh responden yang berjumlah 96 orang Hasil kuesioner dapat dilihat pada Tabel 4.1. Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki lebih dominan yakni sebesar 52 responden (54.2%) dibandingkan dengan responden perempuan yang berjumlah 44 responden (45.8%)

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Responden	Persentase
18-25	18	18,8%
26-35	32	33,3%
36-45	27	28,1%
46-53	19	19,8%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data Primer yang diolah; Januari 2025

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa sebaran usia responden terdiri dari 18 orang (usia 18–25 tahun), 32 orang (usia 26–35 tahun), 27 orang (usia 36–45 tahun), dan 19 orang (usia 46–53 tahun),

yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia produktif, khususnya kelompok usia 26–35 tahun.

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Responden	Persentase
SD	6	6,3%
SMP	19	19,8%
SMA	56	58,3%
S1	14	14,6%
S2	1	1%
Jumlah	96	100 %

Sumber: Data Primer yang diolah; Januari 2025

Berdasarkan data hasil penelitian, tingkat pendidikan responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan lulusan SMA sebanyak 56 orang (58,3%), diikuti oleh lulusan SMP sebanyak 19 orang (19,8%), lulusan S1 sebanyak 14 orang (14,6%), lulusan SD sebanyak 6 orang (6,3%), dan hanya 1 orang (1%) yang merupakan lulusan S2. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan menengah, yang dapat memengaruhi pola pikir dan persepsi mereka terhadap topik yang diteliti.

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	10	10,4%
Wiraswasta	50	52,0%
Pegawai Swasta	6	6,2%
PNS	4	4,3%
Lainnya	26	27,1%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data Primer yang diolah; Januari 2025

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai wiraswasta, yaitu sebanyak 50 orang (52,0%), diikuti oleh responden dengan pekerjaan lain-lain sebanyak 26 orang (27,1%), pelajar/mahasiswa sebanyak 10 orang (10,4%), pegawai swasta sebanyak 6 orang (6,2%), dan PNS sebanyak 4 orang (4,3%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pekerjaan di sektor informal, khususnya sebagai wiraswasta, yang dapat memengaruhi cara pandang dan kebutuhan mereka terhadap topik yang diteliti.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui kelayakan dari butir-butir yang ada pada suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya juga dilakukan pada setiap butir-butir pertanyaan dengan uji validitas nya.

Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan $\alpha = 0,05$. Jika apabila r hitung $> r$ tabel, maka dikatakan valid.

Dalam penelitian ini jumlah responden adalah 96 nasabah, sehingga perhitungannya r tabel yaitu: $96-2 = 94$. Dari hasil perhitungan tersebut yaitu 94, dan jika dilihat dari r tabel menggunakan taraf 5% atau α 0,05. Sehingga r tabel 94 adalah 0,201.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Layanan Digital (X)

Variabel	Item Pertanyaan	t hitung	r tabel	Keterangan
Layanan Digital (X)	X1	0,893	0,201	Valid
	X2	0,915	0,201	Valid
	X3	0,921	0,201	Valid
	X4	0,776	0,201	Valid
	X5	0,940	0,201	Valid
	X6	0,941	0,201	Valid
	X7	0,890	0,201	Valid
	X8	0,887	0,201	Valid
	X9	0,872	0,201	Valid
	X10	0,929	0,201	Valid
	X11	0,929	0,201	Valid
	X12	0,897	0,201	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 4.5** diketahui bahwa hasil masing-masing item pertanyaan variable Layanan Digital (X) memiliki r hitung $> r$

tabel 0,201 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pertanyaan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Kepercayaan (Y1)

Variabel	Item Pertanyaan	t hitung	r tabel	Keterangan
Kepercayaan (Y1)	Y1.1	0,939	0,201	Valid
	Y1.2	0,937	0,201	Valid
	Y1.3	0,953	0,201	Valid
	Y1.4	0,945	0,201	Valid
	Y1.5	0,944	0,201	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 4.6** diketahui bahwa hasil masing-masing item pertanyaan variabel Kepercayaan (Y1) memiliki r hitung > r tabel 0,201 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pertanyaan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y2)

Variabel	Item Pertanyaan	t hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y2)	Y2.1	0,941	0,201	Valid
	Y2.2	0,930	0,201	Valid
	Y2.3	0,948	0,201	Valid
	Y2.4	0,934	0,201	Valid
	Y2.5	0,930	0,201	Valid
	Y2.6	0,949	0,201	Valid
	Y2.7	0,920	0,201	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 4.7** diketahui bahwa hasil masing-masing item pertanyaan variabel Kepuasan Nasabah (Y2) memiliki r hitung $> r$ tabel 0,201 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pertanyaan tersebut dinyatakan “valid”.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur apakah suatu item pertanyaan kuesioner merupakan indikator dari suatu variabel. Reliabilitas instrument diukur menggunakan nilai *Cronbach,s Alpha*, yaitu dimana *Cronbach,s Alpha* $>$ dari 0,6 maka data dapat dikatakan *reliable*. Maka ditunjukkan dengan pengujian reliabilitas untuk seluruh variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	<i>Cronbach Alpha</i>	Batasan	Keterangan
Layanan <i>Digital</i> (X)	12 Item	0,978	0,6	Reliable
Kepercayaan (Y1)	5 Item	0,969	0,6	Reliable
Kepuasan Nasabah (Y2)	7 Item	0,976	0,6	Reliable

Sumber:Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Dari **Tabel 4.8** diatas diuji reliabilitas bahwa masing-masing nilai *Cronbach,s Alpha* dari semua variable mempunyai nilai diatas 0,6. Maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel tersebut

reliable, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistic.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Dasar dari pengambilan keputusan uji normalitas adalah dengan melihat nilai signifikansinya, jika nilai sig lebih besar ($>$) dari 0,05 maka data dapat dikatakan normal dan sebaliknya jika nilai sig lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka data tidak normal.

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan (Y1)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.70639964
Most Extreme Differences	Absolute		.083
	Positive		.083
	Negative		-.062
Test Statistic			.083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.098
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.103
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.095
		Upper Bound	.111
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.			

Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 4.9** diatas, nilai *Asymp.Sig.* yaitu sebesar 0,098. Artinya data terdistribusi secara normal dikarenakan “lebih besar dari level of significant 5% (0,05)”. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan (Y1) berdistribusi normal.

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardize d Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.04442958
Most Extreme Differences	Absolute		.085
	Positive		.085
	Negative		-.072
Test Statistic			.085
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.084
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.089
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.081
		Upper Bound	.096
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 4.10** diatas, nilai *Asymp.Sig.* yaitu sebesar 0,084. Artinya data terdistribusi secara normal dikarenakan “lebih besar dari level of significant 5% (0,05)”. Hal ini menunjukkan bahwa

variabel Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2) berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini berdasarkan Nilai Tolerance $> 0,1$ dan Nilai Varian Inflation Factor (VIF) $< 10,00$ untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan korelasi antara variable bebas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas Layanan Digital (X) terhadap
Kepercayaan Nasabah (Y1)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.158	.659		-.240	.811		
	Layanan Digital	.426	.014	.955	31.395	<.001	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Kepercayaan								

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Dari **Tabel 4.11** dapat dilihat dari nilai VIF < 10 dan Tolerance $> 0,10$. Untuk variabel Layanan Digital memiliki nilai tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000. Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui bahwa variabel bebas tidak terkena masalah multikolinearitas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas Layanan Digital (X) terhadap
Kepuasan Nasabah (Y2)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.236	.738		-.320	.750		
	Layanan Digital	.593	.015	.970	38.996	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Dari **Tabel 4.12** dapat dilihat dari nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,10. Untuk variabel Layanan Digital memiliki nilai tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000. Berdasarkan hasil di atas dapat diketahui bahwa variabel bebas tidak terkena masalah multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Dalam uji heteroskedastisitas, cara yang paling sering digunakan dalam menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak yaitu hanya dengan melihat pada Scatter Plot. Selain dengan melihat pada Scatter Plot, ada beberapa metode statistik yang dapat digunakan untuk uji heteroskedastisitas, seperti halnya uji Glejser. Dalam penelitian ini, peneliti dalam menguji terjadi heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan menggunakan uji Glejser. Pada uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser ini, apabila nilai Sig. (signifikansi) dari seluruh

variabel penjelas tidak ada yang signifikan secara statistik ($p > 0,05$), maka dapat dikatakan model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas Layanan Digital (X) terhadap
Kepercayaan Nasabah (Y1)

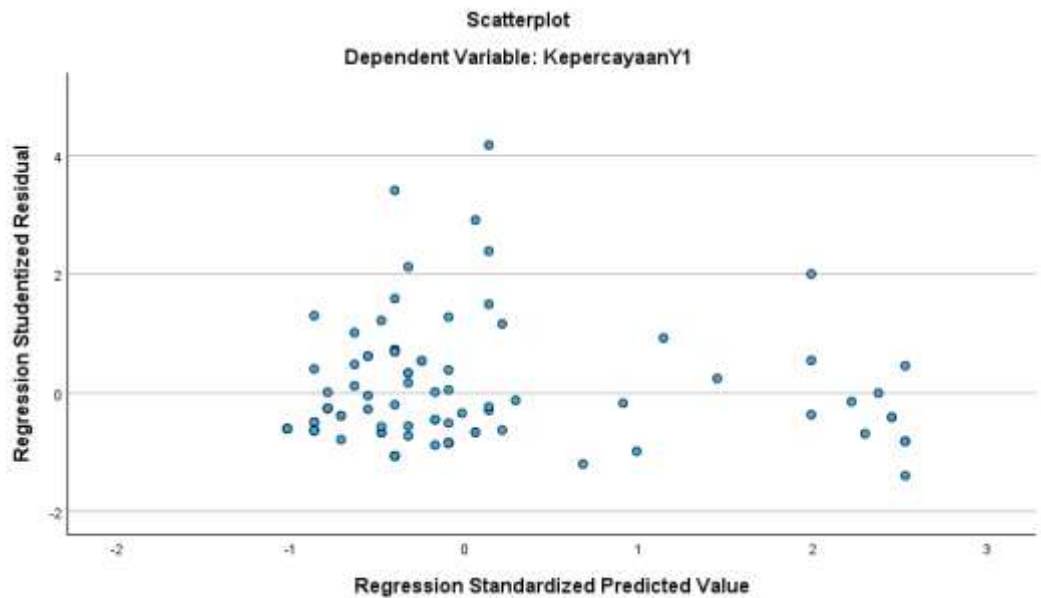
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.874	.432		4.336	<.001
	Layanan Digital	-.013	.009	-.148	-1.446	.151

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas **Tabel 4.13** dapat diketahui bahwa nilai Sig. dari masing-masing variabel adalah sebesar 0.151 untuk variabel Layanan Digital. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan, bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai dari masing-masing variabel tidak signifikan, atau nilai Sig. lebih besar dari 0.05.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Dari hasil uji tersebut dapat terlihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur atau tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 4.14
Hasil Uji Heterokedastisitas Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)

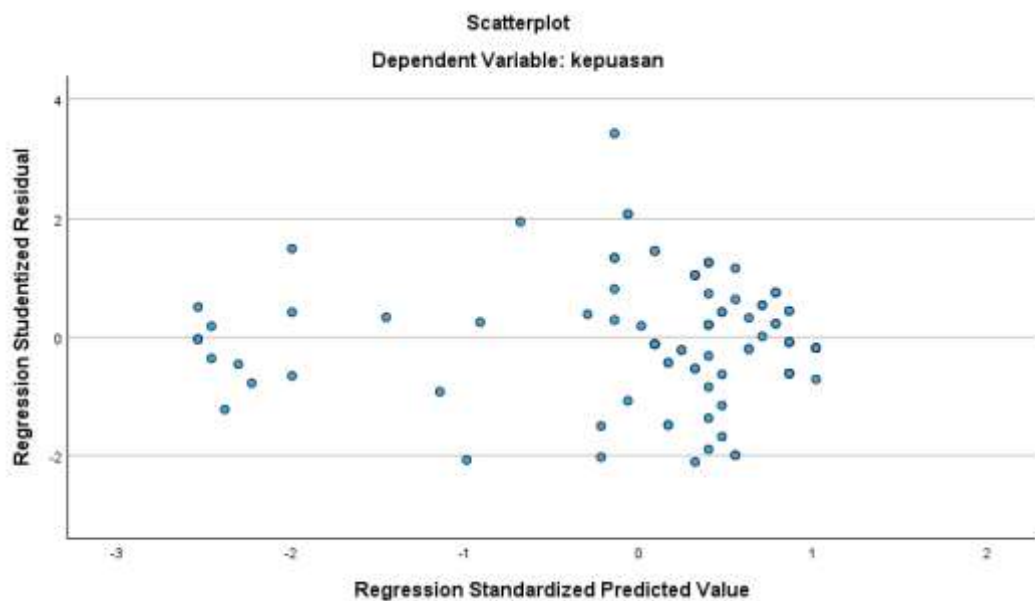
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.449	.490		2.956	.004
	Layanan Digital	-.001	.010	-.006	-.059	.953

a. Dependent Variable: KepuasanNasabahY2

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas **Tabel 4.14** dapat diketahui bahwa nilai Sig. dari masing-masing variabel adalah sebesar 0.953 untuk variabel Layanan Digital. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan, bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai dari masing-masing variabel tidak signifikan, atau nilai Sig. lebih besar dari 0.05.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Dari hasil uji tersebut dapat terlihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur atau tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Hasil Distribusi Frekuensi

Tabel 4.15

Hasil Distribusi Frekuensi Layanan Digital (X)

Banyak Kelas	Kelas Interval	Nilai Tengah (xi)	Frekuensi (fi)	xi.fi
1 (STS)	12-20	16	9	144
2 (TS)	21-30	25,5	4	102
3 (N)	31-40	35,5	4	142
4 (S)	41-50	45,5	27	1.228,5
5 (SS)	51-60	55,5	52	2.886
Total			96	4.502,5

Rata-rata:

$$= \sum \frac{f_i \cdot x_i}{f_i}$$

$$= 4.502,5/96$$

$$= 46,90$$

Dari **Tabel 4.15** diatas dapat dilihat bahwa pada distribusi frekuensi variabel Layanan Digital atau yang dikonotasikan dengan huruf Y terdapat 9 responden dengan jawaban sangat tidak setuju yang dilambangkan dengan angka 1, untuk jawaban tidak setuju atau yang dikonotasikan dengan angka 2 sebanyak 4 responden, untuk jawaban netral atau yang di lambangkan dengan angka 3 ada 4 responden,

untuk jawaban setuju yang dilambangkan angka 4 sebanyak 27 responden dan yang terakhir yaitu sangat setuju dengan lambing angka 5 sebanyak 52 responden, dengan rata-rata jawaban yaitu 46,90. Dari hasil rata-rata tersebut yang berarti Layanan Digital Bank Syariah Indonesia pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur baik.

Tabel 4.16

Hasil Distribusi Frekuensi Kepercayaan Nasabah (Y1)

Banyak Kelas	Kelas Interval	Nilai Tengah (xi)	Frekuensi (fi)	xi.fi
1 (STS)	5-8	6,5	9	58,5
2 (TS)	9-12	10,5	5	52,5
3 (N)	13-16	14,5	4	58
4 (S)	17-20	18,5	21	388,5
5 (SS)	21-25	23	57	1.311
Total			96	1.868,5

Rata-rata:

$$= \sum \frac{fi \cdot xi}{fi}$$

$$= 1.868,5/96$$

$$= 19,45$$

Dari **Tabel 4.16** diatas dapat dilihat bahwa pada distribusi frekuensi variabel Kepercayaan atau yang dikonotasikan dengan huruf X terdapat 9 responden dengan jawaban sangat tidak setuju yang dilambangkan dengan angka 1, untuk jawaban tidak setuju atau yang dikonotasikan dengan angka 2 sebanyak 5 responden, untuk jawaban netral atau yang di lambangkan dengan angka 3 ada 4 responden, untuk jawaban setuju yang dilambangkan angka 4 sebanyak 21 responden dan yang terakhir yaitu sangat setuju dengan lambing angka 5 sebanyak 57 responden, dengan rata-rata jawaban yaitu 19,45. Dari hasil rata-rata tersebut dapat dipahami tingkat Kepercayaan nasabah bagi Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur pada Layanan Digital diartikan percaya.

Tabel 4.17

Hasil Distribusi Frekuensi Kepuasan Nasabah (Y2)

Banyak Kelas	Kelas Interval	Nilai Tengah (xi)	Frekuensi (fi)	xi.fi
1 (STS)	7-12	9,5	10	95
2 (TS)	13-18	15,5	5	77,5
3 (N)	19-24	21,5	3	64,5
4 (S)	25-30	27,5	33	907,5
5 (SS)	31-35	33	45	1485
Total			96	2629,5

Rata-rata:

$$= \sum \frac{f_i \cdot x_i}{f_i}$$

$$= 2629,5/96$$

$$= 27,38$$

Dari **Tabel 4.17** diatas dapat dilihat bahwa pada distribusi frekuensi variabel Kepuasan Nasabah atau yang dikonotasikan dengan huruf X terdapat 10 responden dengan jawaban sangat tidak setuju yang dilambangkan dengan angka 1, untuk jawaban tidak setuju atau yang dikonotasikan dengan angka 2 sebanyak 5 responden, untuk jawaban netral atau yang di lambangkan dengan angka 3 ada 3 responden, untuk jawaban setuju yang dilambangkan angka 4 sebanyak 33 responden dan yang terakhir yaitu sangat setuju dengan lambing angka 5 sebanyak 45 responden, dengan rata-rata jawaban yaitu 27,38. Dari hasil rata-rata tersebut dapat dipahami tingkat Kepuasan nasabah bagi Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur pada Layanan Digital diartikan puas.

4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Rumus Regresi Linier Sederhana yaitu:

$$Y_1 = a + bX$$

$$Y_2 = a + bX$$

Tabel 4.18
Hasil Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Layanan Digital (X)
terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1)

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-.158	.659	
X	.426	.014	.955
a. Dependent Variable: Y1			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 4.18** hasil penghitungan koefisien regresi sederhana memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar -0,158 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,426. Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = -0,158 + 0,426 X$. Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar -0,158 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa Layanan Digital bernilai 0 maka Kepercayaan memiliki nilai -0,158. Selanjutnya nilai 0,426 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Layanan Digital) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y (Kepercayaan) adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel Layanan Digital akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,426. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden sebanyak 96 dihasilkan nilai kolerasi sebesar 0,955.

Tabel 4.19
Hasil Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Layanan Digital (X)
terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.236	.738	
	X	.593	.015	.970

a. Dependent Variable: Y2

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan tabel hasil penghitungan koefisien regresi sederhana memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar -0,236 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar 0,593. Sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = -0,236 + 0,593 X$. Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar -0,236 secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan Layanan Digital bernilai 0 maka Kepuasan Nasabah memiliki nilai -0,236. Selanjutnya nilai 0,593 yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Layanan Digital) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y2 (Kepuasan Nasabah) adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel Layanan Digital akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,593. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden sebanyak 96 dihasilkan nilai kolerasi sebesar 0,970.

Untuk melakukan interpretasi kekuatan hubungan antara dua variabel dilakukan dengan melihat angka koefisien kolerasi hasil

perhitungan dengan menggunakan interpretasi nilai r adalah sebagai berikut:

- a. 0: Tidak ada korelasi antara dua variabel
- b. $>0 -0,25$: Korelasi sangat lemah
- c. $>0,25 -0,5$: Korelasi cukup
- d. $>0,5 -0,75$: Korelasi kuat
- e. $>0,75 -0,99$: Korelasi sangat kuat
- f. 1: Korelasi sempurna

Catatan:

- a. Tanda (+) atau (-) hanya menunjukkan arah hubungan.
- b. Nilai r terbesar adalah +1 dan r terkecil adalah -1.
- c. $r = +1$ menunjukkan hubungan positif sempurna, sedangkan $r = -1$ menunjukkan hubungan negatif sempurna.

Dari data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel Layanan Digital (X) dengan variabel Kepercayaan (Y1) mempunyai hubungan sangat kuat karena mempunyai nilai korelasi sebesar 0,955 dan variabel Layanan Digital (X) dengan variabel Kepuasan Nasabah (Y2) mempunyai hubungan karena nilai korelasi sebesar 0,970.

5. Hasil Uji T

Tabel 4.20
Hasil Uji T Antara Layanan Digital (X) terhadap
Kepercayaan Nasabah (Y1)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.158	.659		-.240	.811
	X	.426	.014	.955	31.395	<.001

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Perumusan Hipotesis untuk variabel x dan y1 :

H_{a1} :Terdapat pengaruh layanan *digital* terhadap kepercayaan nasabah

H_{o1} :Tidak ada pengaruh layanan *digital* terhadap kepercayaan nasabah

Dari hasil analisis pada **Tabel 4.20** diatas nilai t hitung koefisien kualitas layanan digital adalah 31.395 sedangkan tabel hitung pada tabel t-test adalah $\alpha = 0.05$. hitungan ini menggunakan hipotesis dua arah, sebagai berikut :

$$T_{\text{tabel}} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$T_{\text{tabel}} = t (0,05/2 ; 96 - 1 - 1)$$

$$T_{\text{tabel}} = t (0.025 ; 94) = T_{\text{tabel}} \text{ yaitu } 1.98552$$

Perhitungan tersebut nilai thitung > ttabel jadi $31.395 > 1.98552$ dan sig. (probabilitas) 0.001 diketahui jika dibawah 0.05 artinya variabel

layanan digital (x) berpengaruh signifikan. Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan hipotesis H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak atau berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan digital (X) terhadap kepercayaan (Y1).

Tabel 4.21

Hasil Uji T Antara Layanan Digital (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y2)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.236	.738		-.320	.750
	X	.593	.015	.970	38.996	<.001

a. Dependent Variable: Y2

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Perumusan Hipotesis untuk variabel x dan y1 :

H_{a2} :Terdapat pengaruh layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah

H_{02} :Tidak ada pengaruh layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah

Dari hasil analisis pada **Tabel 4.21** diatas nilai t hitung koefisien layanan digital adalah 38.996 sedangkan tabel hitung pada tabel t-test adalah $\alpha = 0.05$. hitungan ini menggunakan hipotesis dua arah, sebagai berikut :

$$T_{\text{tabel}} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$T_{\text{tabel}} = t (0,05/2 ; 96 - 1 - 1)$$

$$T_{\text{tabel}} = t (0.025 ; 94) = T_{\text{tabel}} \text{ yaitu } 1.98552$$

Perhitungan tersebut nilai t hitung $> t$ tabel jadi $38.996 > 1.98552$ dan sig. (probabilitas) 0.001 diketahui jika dibawah 0.05 artinya variabel layanan digital (x) berpengaruh signifikan. Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan hipotesis H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak atau berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan digital (X) terhadap kepuasan nasabah (Y2).

6. Hasil Uji F

Dasar pengambilan keputusan uji F yaitu dengan melihat drajat yang digunakan yaitu $0,05$. Apabila F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F menurut tabel maka hipotesis alternative, yang menyatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.22
Hasil Uji F Antara Layanan Digital (X) terhadap
Kepercayaan Nasabah (Y1)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2900.619	1	2900.619	985.674	$<,001^b$
	Residual	276.621	94	2.943		
	Total	3177.240	95			
a. Dependent Variable: Y1						
b. Predictors: (Constant), X						

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Dari **Tabel 4.22** diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu $0,001$ yang berarti lebih kecil dari $0,05$. Hal ini membuktikan

bahwa Layanan Digital (X) simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan (Y1).

Berdasarkan hasil perhitungan uji F **Tabel 4.18** diatas, diperoleh F hitung sebesar 985.674 Untuk menentukan nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 5%, serta dengan of freedom (derajat kebebasan), $df_1 = (k)$, $df = (1)$ dan $df_2 = (n-k-1)$, $df = (96-1-1=94)$, maka dapat diperoleh hasil untuk F tabel senilai 3,94 maka dari itu, hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($985.674 > 3,94$) dengan diperoleh nilai sig ($0,001 < 0,05$), layanan Digital (X), berpengaruh secara simultan terhadap Kepercayaan Nasabah pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur.

Tabel 4.23

**Hasil Uji F Antara Layanan Digital (X) terhadap
Kepuasan Nasabah (Y2)**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5609.234	1	5609.234	1520.711	<,001 ^b
	Residual	346.725	94	3.689		
	Total	5955.958	95			
a. Dependent Variable: Y2						
b. Predictors: (Constant), X						

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Dari **Tabel 4.23** diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa Layanan Digital (X) simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y2).

Berdasarkan hasil perhitungan uji F **Tabel 4.23** diatas, diperoleh F hitung sebesar 1520.711. Untuk menentukan nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 5%, serta dengan of freedom (derajat kebebasan), $df_1 = (k)$, $df = (1)$ dan $df_2 = (n-k-1)$, $df = (96-1-1=94)$, maka dapat diperoleh hasil untuk F tabel senilai 3,94 maka dari itu, hasil perhitungan F hitung $>$ F tabel ($1520.711 > 3,94$) dengan diperoleh nilai sig ($0,001 < 0,05$), layanan Digital (X), berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur.

7. Hasil Uji Koefisien Determinan

Dasar pengambilan keputusan uji koefisien determinasi (R^2) yaitu, bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2 = 0$), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila $R^2 = 1$, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila $R^2 = 1$ maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi.

Tabel 4.24

Hasil Koefisien Determinan Antara Layanan Digital (X) terhadap Kepercayaan Nasabah (Y1)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.913	.912	1.715
a. Predictors: (Constant), X				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 4.24** diatas dapat diketahui nilai R² (R Square) adalah sebesar 0,913 setara dengan 91,3%. Hal ini berarti bahwa pengaruh Layanan Digital terhadap Kepercayaan sebesar 91.3%. Sisanya 8,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.

Tabel 4.25
Hasil Koefisien Determinan Antara Layanan Digital (X) terhadap
Kepuasan Nasabah (Y2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.970 ^a	.942	.941	1.921

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 30 data diolah, 2025

Berdasarkan **Tabel 4.25** diatas dapat diketahui nilai R² (R Square) adalah sebesar 0,942 setara dengan 94,2%. Hal ini berarti bahwa pengaruh Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 94.2%. Sisanya 5,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti.

C. Pembahasan

Layanan digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kemudahan akses dan penggunaan yang mudah, layanan digital telah mengubah cara kita berinteraksi dengan berbagai aspek kehidupan. Namun, pertanyaan yang muncul adalah bagaimana layanan digital mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan nasabah. Kepercayaan

nasabah dapat didefinisikan sebagai keyakinan nasabah bahwa suatu Layanan digital atau produk dapat memenuhi kebutuhannya Kepuasan Layanan digital, di sisi lain, dapat didefinisikan sebagai perasaan puas atau tidak puas nasabah terhadap suatu produk atau jasa. Layanan digital dapat mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan nasabah melalui beberapa cara. Pertama, layanan digital dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dengan menyediakan informasi yang akurat dan transparan. Kedua, layanan digital dapat meningkatkan kepuasan nasabah dengan menyediakan pengalaman yang mudah dan nyaman.

Penelitian ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan guna untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu : Bagaimana pengaruh kualitas layanan *digital* terhadap kepercayaan nasabah pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur?. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *digital* terhadap kepuasan nasabah pada masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur?. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti melakukan penelitian menggunakan data primer dengan cara mengambil data sampel secara acak (Random Sampling) melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden di kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur. Kemudian, data diolah menggunakan IBM SPSS 30 untuk memudahkan peneliti memperoleh hasil penelitian. Tahapan analisi data diantaranya: Uji Instrument terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas instrument diukur menggunakan nilai *Cronbach,s Alpha* > dari 0,6, Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas dengan metode Kolmogrov-

Smirnov, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser. Distribusi frekuensi suatu metode statistik untuk menggambarkan sebaran data. Dan tahap pengujian hipotesis antara lain: Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji f), kemudian peneliti menggunakan Analisis Regresi Sederhana dan Uji Koefisien Determinasi (R^2).

1. Pengaruh Layanan *Digital* Terhadap Kepercayaan

Hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y_1 (kepercayaan) koefisien sebesar 0,426 menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y_1 (kepercayaan) adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel pada Layanan *Digital* akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,426. Dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Layanan *Digital* berpengaruh sebesar 91.3%. terhadap kepercayaan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dari nilai t hitung $> t$ tabel jadi $31.395 > 1.985$ dan sig. (probabilitas) 0.001 diketahui jika dibawah 0.05 artinya variabel layanan digital (x) berpengaruh signifikan. Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan hipotesis H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak atau berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan digital (X) terhadap kepercayaan (Y_1). Hasil penelitian memberikan dampak positif yakni Layanan Digital berpengaruh terhadap kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemulihan layanan yang dilakukan pihak bank kepada nasabah akan diikuti dengan

kepercayaan, karena layanan digital dapat menumbuhkan persepsi nasabah bahwa produk dan layanan yang diberikan bank tersebut memiliki norma yang sesuai dengan harapan sehingga nasabah merasa percaya dengan produk dan layanan tersebut.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Endah Dwi Utami dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Promosi terhadap Kepercayaan Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Shopeefood sebagai Variabel Mediasi Ditinjau dalam Persepektif Bisnis Islam”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan digital adalah faktor penting yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan.¹

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat dipahami bahwa layanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah pada masyarakat kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur. Maka dari itu, untuk meningkatkan kepercayaan nasabah, bank harus meningkatkan kualitas layanan digitalnya, mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Nasabah harus meningkatkan kesadaran tentang pentingnya layanan digital dan menggunakan layanan digital dengan bijak. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengembangkan teori kepercayaan dalam konteks layanan digital dan

¹ Endah Dwi Utami, “Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Promosi terhadap Kepercayaan Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Shopeefood sebagai Variabel Mediasi Ditinjau dalam Persepektif Bisnis Islam”. Skripsi: UIN Lampung, 2024).

model penelitian yang lebih komprehensif tentang hubungan antara layanan digital dan kepercayaan nasabah.

2. Pengaruh Layanan *Digital* Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y2 (kepuasan nasabah) koefisien sebesar 0,593 menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas X dengan variabel terikat Y2 (kepuasan nasabah) adalah positif, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel pada Layanan *Digital* akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,593. Dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Layanan *Digital* berpengaruh sebesar 94.2%. terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ jadi $38.996 > 1.985$ dan sig. (probabilitas) 0.001 diketahui jika dibawah 0.05 artinya variabel layanan digital (x) berpengaruh signifikan. Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan hipotesis H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak atau berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan digital (X) terhadap kepuasan nasabah (Y2). Hasil penelitian memberikan dampak positif yakni Layanan *Digital* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik layanaan yang dilakukan pihak bank kepada nasabah akan diikuti dengan kepuasan nasabah, karena layanan digital dapat menumbuhkan persepsi nasabah bahwa produk dan layanan yang diberikan bank tersebut memiliki norma yang sesuai dengan

harapan sehingga nasabah merasa puas dengan produk dan layanan tersebut.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Noneng Masitoha, Euis Rosidah, dan Ane Kurniawati dengan judul “Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara simultan maupun parsial dengan besar pengaruh sebesar 59,5%. Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan digital adalah faktor penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah.²

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat dipahami bahwa layanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada masyarakat kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka dari itu, bank harus terus meningkatkan kualitas layanan digitalnya, seperti memperbarui teknologi, meningkatkan keamanan, dan memperluas jangkauan layanan digital. Selain itu, bank juga harus memastikan bahwa layanan digitalnya sesuai dengan kebutuhan nasabah dan memenuhi harapan mereka. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

² Noneng Masitoha, Euis Rosidah, dan Ane Kurniawati. "Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya" *Jurnal Perbankan dan Keuangan* vol. 4 no. 1 (2023): 11-15.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun hasil penelitian dan analisis data tentang Pengaruh Layanan *Digital* Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia (studi pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel independen (Layanan *Digital*) dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepercayaan dengan mendapat nilai t hitung 31.395 dan nilai sig 0.001 yang berarti variable layanan digital terhadap kepercayaan memiliki nilai lebih besar dari t tabel yaitu 1.985552 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Pada koefisien determinan di dapat nilai sebesar 0,913 setara dengan 91,3%, artinya variabel Layanan *Digital* mempengaruhi Kepercayaan sebesar 91,3%, saja dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
2. Secara parsial variabel independen (Layanan *Digital*) dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan mendapat nilai t hitung 38.996 dan nilai sig 0.001. yang berarti variable layanan digital terhadap kepercayaan memiliki nilai lebih besar dari t tabel yaitu 1.985552 dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 Pada koefisien determinan di dapat nilai sebesar 0,942 setara dengan 94,2%, artinya variabel Layanan *Digital* mempengaruhi Kepuasan Nasabah

sebesar 94,2%, saja dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian tersebut peneliti berusaha memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat harus menggunakan layanan digital dengan bijak dan memastikan keamanan akun, terus masyarakat harus mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkan layanan digital yang tersedia.
2. Bagi Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian yang lebih komprehensif dan mengembangkan teori yang lebih spesifik tentang hubungan antara layanan digital dan kepercayaan serta kepuasan nasabah.
3. Bagi Bank Syariah harus meningkatkan kualitas layanan digitalnya, seperti aplikasi mobile banking dan internet banking, serta terciptanya kepercayaan dan kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aiman, Karimuddin Abdullah., Misbahul Jannah dan Ummul. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Alimuddin, Agus. "Bentuk Akad-Akad Bernama Di Lembaga Keuangan Syariah." *Amal: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol 2 no. 2 (2020): 83-84.
- Arcand, Nasution., Dewi Sartika dan Muhammad Muhajir Aminy. *Fintech Syariah: Teori dan Praktik di Indonesia*. UIN Mataram Press, 2020.
- Bandur, Agustinus. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- BSI. "Tabungan Produk Simpanan Sesuai Prinsip Syariah." dalam [https://www.bankbsi.co.id/ produk&layanan/tipe/individu/kategori/simpanan](https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/simpanan) diunduh pada 02 Juni 2024.
- Desky, Harjoni. Rina Murinda dan Razali Razali. "Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online: Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Kota Lhokseumawe." *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi* 6, No. 2 (2022): 1812-1829.
- Chairunisa, Lia. "Pengaruh Layanan Digital dan Non Digital terhadap Kepuasan Nasabah Studi Kasus Bank Syariah Indonesia." Skripsi: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, (2022).
- Fatimah, Siti Bunga, and Achsanika Hendratmi. "Digitalisasi Pada Bank Mandiri Syariah Di Tengah Persaingan Dan Perubahan Teknologi." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* Vol. 7 No. 4 April 2020: 7.4 (2020): 795-813.
- Fijriani, Yuyul. "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Unismuh Alauddin." Skripsi, Makasar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018.
- Firkhan. *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*. Indramayu: Cv Adanu Abimata, 2023.
- Garbo, Anom, and Hanifah Rodhiatul Latifah. "Optimasi Pelayanan Nasabah Bank Syariah Indonesia Melalui Penggunaan Kecerdasan Buatan." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9, no. 204 (2024): 846–62.

- Ghantynireta, Bunga Vabiola. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh)." In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (2021): 5.
- Hadi, Sutrisno. *Seri Program StatiStic-VerSi 2000. Tesis*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2000.
- Hardani, Helmina Andriani dan Dhika Juliana Sukmana. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Mataram: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, 2020.
- Harjadi, Dikdik. *Marketing (Teori Dan Konsep)*. Kuningan: PT Arr Rad Pratama, 2024.
- Hidayah Sofiyanti Nurul. "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Nasabah Bri Syariah KCP Majapahit)." Skripsi, Salatiga: UIN Salatiga, 2020.
- Indonesia, Ikatan Bankir. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Iradianty, Aldilla, and Bayu Rima Aditya. "Indonesian Student Perception in Digital Payment." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, No. 4 (2020): 518-523.
- Jayadi, Seneng. "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah Studi pada Bank Syariah Indonesia." Skripsi, Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2022.
- Karim, Kurniati. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: CV Jakad Media Publishimg, 2020.
- Karmillah, Mila. "Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran ARCADE." Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.
- Kurniati, Karim. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020.
- Kurniawan, Muhammad, Oza Restianita, and Khavid Normasyhuri. "Perceived Usefulness , Perceived Enjoyment , Trust Dan Continuance Intention Dalam Mobile Sharia Banking : Bagaimana Kekuatan Kepuasan Nasabah." *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* 20, no. 3 (2024): 640–57.

- Lestari, Enny Puji., et al., "AL-IQTISHADIIYAH The Effectiveness of Using Digital Technology (QRIS) in the Payment System for the Development of MSMEs of Metro City" vol 10, no.2 (2025): 2.
- Lumempow, Kesia Rani. "Frederik G. Worang, dan Emilia Gunawan. "Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pada swiss belhotel maleosan manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11, No. 1 (2023): 1-11
- Mardikaningsih, Rahayu. *Inovasi & Tren Layanan Digital Berbagai Sektor (Optimalisasi dan Otomatisasi Digital untuk Dunia Kerja & Bisnis)*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Masitoha, Noneng, Euis Rosidah, dan Ane Kurniawati. "Pengaruh Layanan Digital Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya" *Jurnal Perbankan dan Keuangan* 4 No. 1 (2023): 11-15.
- Maulana, Lutfi, and Nadia Fitriana. "Analisis Dampak Insiden BSI Error dan Dugaan Hacking Bank Syariah Indonesia (BSI) terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Subang." *Jurnal Ilmu Islam* 7, no. 3 (2023): 1755–1768.
- Mawardi, Andi. "Pengaruh Pelayanan Digital Dan Pelayanan Konvensional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran dan Sumberdaya Manusia* 1, No. 1 (2020): 126-127.
- Meilani, Any, dan Dian Sugiarti. "Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, No. 3 (2022): 2501.
- Muh, Hamzah et al. "Analisis Kualitas Layanan Aplikasi Wondr by BNI terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank BNI KCP Paiton): Analisis Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah terhadap Aplikasi WONDR by BNI, Bank BNI KCP Paiton." *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro* 8. No.1 (2025): 38-51.
- Nasution, M. Nur. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Nugraha, Billy. *Pengembangan Uji Statistika: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukaharjo: CV Pradina Pustaka Grup, 2021.
- Nugraha, Krisna. "Disruptive Diverting Effects: Teori dan Implikasi Pada Bank Syariah Indonesia." 2023.

Nurchahyo, Bagu. "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image dan Aktivitas Word Of Mouth (Wom) pada Penggunaan Keputusan Pembelian Produk Frashion." *Jurnal Nusamba* 3, No. 01 (2018): 19.

OJK. "Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah." dalam <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx> diunduh pada 02 Juni 2024.

Paramita, Ratna Wijayanti Daniar. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lumajang: Widya Gama Press, 2021.

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: 1zifatama Publishing, 2008.

Putri, Ayunia, and Doni Marlius. "Penerapan M-Banking dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Padang." *Jurnal OSF*, (2022), 1–12.

Rachmawati, Dina Gandhi dan Christina Whidya Utami, "Customer Experience Terhadap Customer Loyalty dengan Mediasi Customer Engagement dan Customer Trust Cv. Wahyu Pratama." *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 5, No. 5, (2020): 442.

Raharjda, Untung. *Statistik Deskriptif Teori, Rumus, Kasus untuk Penelitian*. Bantem: APTIKOM, 2023.

Rahmadani, Nanda Dian. "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah dalam Melakukan Transaksi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Malang)." Skripsi, Malang: Universitas Islam Malang, 2022.

Rania, Ratu Fathin. *Dampak Social Media Marketing dalam Kepercayaan Konsumen*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press, 2019.

Rembet, Venny N., Lisbeth Mananeke, dan Sjendry S. Loindong. "Pengaruh Service Performance, Kepercayaan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo Cabang Beo." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8, No. 3 (2020): 332-343.

Rifa'i, Khamdan. *Membangun Loyalitas Pelanggan*. Jember: Pustaka Ilmu Yogyakarta, 2019.

Pradipta, Yoga. "Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Yogyakarta." (2020).

- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Medan: KBM Indonesia, 2021.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sulfila. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah BSI Kcp BARRU". Skripsi, Parepare: IAIN Parepare, 2023.
- Suharyadi. *Statistik Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Sulle, Yonatan. "Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Bank Papua Cabang Kapi)". *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik* 2, No. 1 (2022): 101-109.
- Supranto, Nandan limakrisna. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Unik Memenangkan Persaingan Bisnis)*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Suraone, Harbeis. "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bnak BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta." Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018.
- Tartila, Muzayyana. "Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 3310-3311.
- Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah* Pasal 1 ayat 21.
- Usaha Umkm di Metro, <https://plid.metrokota.go.id/dokumen/daftar-usaha-umkm-di-metro-timur-YHyXj.pdf>, diunduh pada 11 Mei 2025
- Utama, Andyan Pradipta, dan Tri Ratma Murti. "Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* 4, no. 2 (2021): 79-86.
- Utami, Endah Dwi. "Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Promosi terhadap Kepercayaan Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Shopeefood sebagai Variabel Mediasi Ditinjau dalam Persepektif Bisnis Islam". Skripsi, Lampung: UIN Lampung, 2024.
- Vina, Yolanda., Riduan Mas'ud dan Shofia Mauizotun Hasanah. "pengaruh teknologi keuangan dan kualitas layanan digital terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah indonesia kcp masbagik." *Iqtishaduna*, 10, no. 1 (2022):64-65.

- Wahyu, Bimantara Gemilang, et al. "Pengaruh Perceived Web Vendor Reputation dan Perceived Website Quality terhadap Kepercayaan Konsumen pada Media Sosial TikTok Kamikisah Wedding Organizer." *Soetomo Administrasi Bisnis* 2 No.2 (2024): 459-462.
- Wiwin, Winanti., et al. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Amanah di BMT Purwakarta Amanah Sejahtera." *EKSISBANK (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)* 5 No.2 (2021): 273-298
- Yulianti, Hanny Dwi. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Fitur Aplikasi, dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Bsi Mobile di Jabodetabek." Skripsi, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024.
- Zulkarnain, Rizal dan Agus David Ramdansyah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)". *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2, No. 1 (2020): 87-110.
- Zulmaizar. Muhammad Muzani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (Kcp) Polewali Mandar Kecamatan Wonomulyo." *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam* 4, No. 1 (2020): 82-99.

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2896/In.28.1/J/TL.00/10/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Agus Trioni Nawa (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **ELSA RANTI**
NPM : **2103021013**
Semester : **7 (Tujuh)**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**
Jurusan : **S1 Perbankan Syariah**
Judul : **"PENGARUH LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Yosodadi Metro Timur)"**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 31 Oktober 2024

Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PENGARUH LAYANAN *DIGITAL* TERHADAP KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN
BANK SYARIAH INDONESIA

(Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur)

ANGKET/KUESIONER

Kepada Yth
Bapak / Ibu Responden
DI_ _____
Tempat _____

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro yang sedang melakukan penelitian sebagai bahan untuk penyusunan skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Saudara/i selaku untuk dapat berpartisipasi menjadi responden dalam penelitian ini.

Penelitian yang saya lakukan berjudul "**Pengaruh Layanan *Digital* Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Nasabah Pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur)**".

Saya mengetahui bahwa Saudara/i mempunyai waktu yang sangat terbatas. Partisipasi Saudara/i akan sangat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menentukan keberhasilan penelitian ini. Atas ketersediaan dan partisipasi Saudara/i untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,



Elsa Ranti

NPM. 2103021013

ANGKET/KUESIONER

I. Profil Responden

Jenis Kelamin : a. Laki-Laki

b. Perempuan

Usia : _____

Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa

d. Wiraswasta

b. PNS

e.

Lainnya _____

c. Pegawai Swasta

Pendidikan Terakhir : a. SD

d. S1

b. SMP

e. S2

c. SMA

f. S3

II. Pertanyaan

Keterangan:

SS :Sangat Setuju

S :Setuju

N :Netral

TS :Tidak Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju

A. LAYANAN *DIGITAL*(X)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
Ketersediaan Layanan Digital						
1.	Layanan <i>digital</i> Bank Syariah Indonesia mudah diakses kapan saja.					
2.	Layanan digital Bank Syariah Indonesia memberikan informasi yang saya butuhkan.					
3.	Aplikasi mobile Bank Syariah Indonesia mudah digunakan dan navigasinya jelas.					
Keandalan Layanan Digital						
4.	Layanan digital Bank Syariah Indonesia jarang mengalami gangguan.					
5.	Proses transaksi melalui aplikasi Bank Syariah Indonesia berjalan lancar.					
6.	Notifikasi transaksi Bank Syariah Indonesia cepat dan tepat waktu.					
Keamanan Layanan Digital						
7.	Saya merasa aman menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia untuk transaksi.					
8.	Bank Syariah Indonesia memiliki langkah pengamanan yang baik dalam menjaga data nasabah.					
9	Autentikasi di aplikasi Bank Syariah Indonesia cukup memadai untuk mencegah penipuan.					
Responsivitas dan Layanan Bantuan						
10.	Bank Syariah Indonesia cepat menanggapi pertanyaan dan keluhan yang disampaikan					

	melalui layanan digital.					
11.	Layanan bantuan pada aplikasi Bank Syariah Indonesia mudah diakses dan membantu saya menyelesaikan masalah.					
12	Tim dukungan Bank Syariah Indonesia cukup responsif dalam menangani keluhan pelanggan.					

B. Kepercayaan Nasabah (Y1)

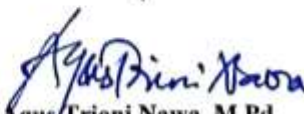
13.	Saya percaya bahwa BSI menjaga data pribadi saya dengan baik.					
14.	Saya merasa aman melakukan transaksi digital melalui layanan BSI.					
15.	Saya merasa BSI beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang transparan.					
16.	Keamanan yang diberikan oleh BSI membuat saya percaya terhadap layanan digitalnya.					
17	Saya percaya bahwa BSI terus meningkatkan layanan digitalnya untuk memenuhi kebutuhan nasabah.					

C. Kepuasan Nasabah (Y2)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
18.	Saya merasa puas dengan keseluruhan					
19.	Layanan digital BSI memenuhi harapan saya sebagai nasabah.					
20.	Saya akan merekomendasikan layanan digital BSI kepada teman atau keluarga.					

21.	Layanan digital BSI mempermudah saya dalam melakukan transaksi perbankan sehari-hari.					
22.	Fasilitas yang didapat sesuai dengan yang diharapkan saudara					
23.	Saya berencana untuk tetap menggunakan layanan digital BSI di masa depan.					
24	Saya akan memilih layanan digital BSI meskipun ada bank lain yang menawarkan layanan serupa.					

Mengetahui,
Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Metro, 13 Oktober 2024
Peneliti,


Elsa Ranti
NPM. 2103021013



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47298; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3033/In.28/D.1/TL.00/11/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Lurah Kelurahan Yosodadi
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3034/In.28/D.1/TL.01/11/2024,
tanggal 18 November 2024 atas nama saudara:

Nama : **ELSA RANTI**
NPM : **2103021013**
Semester : **7 (Tujuh)**
Jurusan : **S1 Perbankan Syariah**

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Lurah Kelurahan Yosodadi bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Kelurahan Yosodadi, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsimahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH INDONESIA STUDI KASUS KELURAHAN YOSODADI METRO TIMUR".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 18 November 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Lingmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-3034/In.28/D.1/TL.01/11/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **ELSA RANTI**
NPM : **2103021013**
Semester : **7 (Tujuh)**
Jurusan : **S1 Perbankan Syariah**

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Kelurahan Yosodadi Metro Timur guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Masyarakat Yosodadi Metro Timur)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 18 November 2024

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001





**PEMERINTAH KOTA METRO
KECAMATAN METRO TIMUR
KELURAHAN YOSODADI**

Jl. AH. Nasution No.216 Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro
Laman yosodadi.id

Yosodadi, 15 Januari 2025

Nomor : 070 / E03960-25043 /C.4.2/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth,
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan IAIN Kota Metro

Di -
Metro

Menindaklanjuti Surat dari Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Nomor B-3033/In.28/D.1/TL.00/11/2024 Tanggal 18 November 2024 tentang Izin Research/Survey di Masyarakat Kelurahan Yosodadi, dalam rangka menyelesaikan tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH LAYANAN DIGITAL TERHADAP KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN BANK SYARIAH INDONESIA".

Dengan Nama sebagai berikut :

Nama : ELSA RANTI
NPM : 2103021013
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami memberikan izin untuk Research/Survey di Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur.

Demikian perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

a.n CAMAT METRO TIMUR
LURAH YOSODADI



FITRI MINARNI, SH, MH
Pembina
NIP. 197410182008012009

Tembusan disampaikan Yth, :
1. Camat Metro Timur

2. **Arsip**



-UU (T.E. No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
-Dokumen ini terdapat diandaungapi secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSE





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1350/In.28/S/U.1/OT.01/02/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : ELSA RANTI
NPM : 2103021013
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2024/2025 dengan nomor anggota 2103021013

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 17 Februari 2025
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP. 19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Inggmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Elsa Ranti
NPM : 2103021013
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Layanan Digital Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Pada Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 25 Februari 2025
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007

DATA RESPONDEN

Masyarakat Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur

No Responden	PROFIL Responden			
	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
1	Perempuan	21 tahun	Lainnya	SMA
2	Laki-Laki	18 tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA
3	Laki-Laki	30 tahun	Pegawai Swasta	S1
4	Laki-Laki	31 tahun	Lainnya	S1
5	Perempuan	22 tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA
6	Laki-Laki	21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA
7	Perempuan	32 Tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
8	Perempuan	33 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
9	Laki-Laki	30 tahun	Lainnya	S1
10	Laki-Laki	36 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
11	Perempuan	40 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
12	Perempuan	21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
13	Perempuan	21 tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
14	Laki-Laki	40 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
15	Laki-Laki	52 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
16	Laki-Laki	47 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP

No Responden	PROFIL Responden			
	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
17	Laki-Laki	31 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
18	Perempuan	44 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SD
19	Perempuan	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA
20	Perempuan	18 tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA
21	Perempuan	29 tahun	Lainnya	SMA
22	Perempuan	38 tahun	Lainnya	SMA
23	Laki-Laki	18 tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA
24	Laki-Laki	30 tahun	Pegawai Swasta	SMA
25	Perempuan	28 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
26	Perempuan	23 tahun	Pegawai Swasta	SMA
27	Laki-Laki	24 tahun	Pegawai Swasta	SMA
28	Laki-Laki	27 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
29	Perempuan	25 tahun	Lainnya	SMA
30	Perempuan	31 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	S1
31	Perempuan	41 tahun	Lainnya	SMA
32	Perempuan	52 tahun	Lainnya	SMA
33	Laki-Laki	19 tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA
34	Laki-Laki	18 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA
35	Laki-Laki	25 tahun	Lainnya	SMA
36	Perempuan	27 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
37	Laki-Laki	53 tahun	Pegawai Swasta	SMA

No Responden	PROFIL Responden			
	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
38	Perempuan	32 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
39	Laki-Laki	29 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
40	Laki-Laki	28 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
41	Perempuan	26 Tahun	PNS	S1
42	Perempuan	46 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
43	Perempuan	51 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
44	Perempuan	50 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
45	Laki-Laki	43 tahun	Lainnya	SMP
46	Perempuan	29 tahun	Lainnya	SMA
47	Laki-Laki	26 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
48	Laki-Laki	27 tahun	Lainnya	SMA
49	Perempuan	31 tahun	Lainnya	SMA
50	Perempuan	40 Tahun	PNS	S2
51	Laki-Laki	36 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	S1
52	Perempuan	40 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
53	Perempuan	26 tahun	Lainnya	SMP
54	Perempuan	50 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SD

No Responden	PROFIL Responden			
	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
55	Perempuan	41 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SD
56	Laki-Laki	26 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
57	Perempuan	46 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
58	Laki-Laki	40 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
59	Perempuan	41 tahun	PNS	S1
60	Perempuan	44 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
61	Laki-Laki	23 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
62	Laki-Laki	33 tahun	Lainnya	SMA
63	Perempuan	32 tahun	Lainnya	SMA
64	Laki-Laki	43 tahun	Lainnya	SMA
65	Perempuan	25 tahun	Pegawai Swasta	SMA
66	Laki-Laki	27 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
67	Perempuan	45 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
68	Laki-Laki	42 tahun	PNS	S1
69	Perempuan	41 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
70	Laki-Laki	47 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
71	Laki-Laki	28 tahun	Lainnya	SMP

No Responden	PROFIL Responden			
	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
72	Perempuan	27 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
73	Perempuan	42 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SD
74	Laki-Laki	49 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SD
75	Laki-Laki	42 tahun	Lainnya	SMA
76	Perempuan	35 tahun	Lainnya	SMA
77	Laki-Laki	44 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
78	Laki-Laki	25 tahun	Lainnya	S1
79	Laki-Laki	48 tahun	Lainnya	SD
80	Perempuan	32 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
81	Laki-Laki	34 tahun	Lainnya	SMA
82	Perempuan	46 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
83	Laki-Laki	45 tahun	Lainnya	SMA
84	Perempuan	48 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP
85	Laki-Laki	29 tahun	Lainnya	S1
86	Perempuan	38 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
87	Laki-Laki	41 tahun	Lainnya	SMA
88	Laki-Laki	38 tahun	Pegawai Swasta	SMA
89	Perempuan	41 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMP

No Responden	PROFIL Responden			
	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan
90	Laki-Laki	29 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	S1
91	Perempuan	30 tahun	Lainnya	SMA
92	Perempuan	33 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
93	Laki-Laki	27 tahun	Lainnya	S1
94	Laki-Laki	43 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
95	Perempuan	44 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA
96	Laki-Laki	37 tahun	Wiraswasta (Petani, Pedagang dll)	SMA

DAFTAR SELERUH HASIL JAWABAN RESPONDEN

[illegible]

No Responden	Layanan Digital (X)												Jumlah
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	50
35	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	32
36	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	52
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
38	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	35
39	5	4	5	3	5	5	4	4	4	5	4	5	53
40	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	57
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	57
44	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	52
45	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	52
46	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
48	1	1	1	2	2	2	2	1	3	2	2	2	21
49	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	45
50	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	58
51	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	46
52	2	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
53	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	2	18
54	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	3	48
55	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	38
56	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	17
57	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
58	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	15
59	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	14
60	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	52
61	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	54
62	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	21
63	2	2	3	5	3	3	3	3	3	3	2	2	34
64	5	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	44
65	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	14
66	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	52

No Responden	Layanan Digital (X)												Jumlah
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	
67	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
68	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
69	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	57
70	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
71	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	55
72	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
73	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	58
74	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	54
75	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	57
76	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	51
77	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	15
78	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	58
79	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58
80	5	4	3	3	4	4	4	5	3	5	5	4	49
81	3	4	3	5	5	4	5	3	4	3	3	4	46
82	4	5	5	5	4	5	2	4	5	5	4	4	52
83	5	4	4	5	5	4	3	3	5	4	5	5	52
84	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	52
85	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	3	52
86	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	56
87	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	52
88	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	56
89	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	53
90	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	14
91	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	21
92	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	54
93	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	51
94	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	53
95	5	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	51
96	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	49
Total	396	378	377	354	371	379	374	374	374	371	380	365	4493

No Responden	Kepercayaan (Y1)					Jumlah
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
1	2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	1	1	5
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	4	22
6	4	4	3	3	3	17
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	4	3	16
9	4	3	4	3	4	18
10	4	5	4	4	3	20
11	4	5	5	5	5	24
12	4	4	4	5	5	22
13	4	5	4	4	4	21
14	4	4	5	4	4	21
15	5	5	5	5	5	25
16	5	4	5	4	5	23
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	3	19
19	4	5	4	4	5	22
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	5	25
23	4	4	5	4	5	22
24	2	1	2	1	2	8
25	4	4	4	4	4	20
26	4	5	5	5	5	24
27	4	4	4	5	4	21
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	3	3	4	4	4	18
31	5	5	5	5	5	25
32	3	3	4	4	5	19
33	5	5	5	5	5	25
34	5	4	5	4	5	23

No Responden	Kepercayaan (Y1)					Jumlah
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
35	2	2	2	2	3	11
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	3	3	4	3	3	16
39	4	4	5	4	5	22
40	4	4	5	5	5	23
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	5	25
44	4	5	4	4	5	22
45	4	5	4	5	5	23
46	5	4	4	5	5	23
47	5	5	5	5	5	25
48	2	2	2	3	2	11
49	5	5	5	4	4	23
50	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	5	5	5	25
53	1	2	2	2	2	9
54	5	4	5	4	5	23
55	2	3	4	3	4	16
56	1	1	2	2	2	8
57	5	5	5	5	5	25
58	1	1	1	1	1	5
59	1	2	1	1	1	6
60	3	4	5	5	5	22
61	5	5	5	3	4	22
62	1	1	1	1	1	5
63	4	3	2	3	2	14
64	4	3	3	4	4	18
65	1	1	1	1	1	5
66	5	5	5	5	5	25
67	5	5	5	5	5	25
68	5	4	5	5	5	24

No Responden	Kepercayaan (Y1)					Jumlah
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	4	4	4	22
72	5	5	5	5	5	25
73	4	5	4	5	4	22
74	5	4	4	4	4	21
75	5	5	5	5	5	25
76	4	4	4	4	4	20
77	1	1	1	1	1	5
78	5	5	5	5	4	24
79	5	5	5	5	5	25
80	4	5	4	4	5	22
81	5	5	4	5	5	24
82	5	3	5	4	3	20
83	5	5	5	5	4	24
84	3	4	4	3	3	17
85	5	5	4	3	5	22
86	5	5	4	4	5	23
87	5	3	5	5	4	22
88	4	5	4	5	5	23
89	4	5	4	4	5	22
90	1	1	1	1	1	5
91	2	2	2	2	2	10
92	4	5	5	5	5	24
93	4	4	4	5	4	21
94	4	4	5	5	5	23
95	5	5	4	5	4	23
96	4	3	4	5	5	21
Total	376	378	382	380	385	1901

No Responden	Kepuasan Nasabah (Y2)							Jumlah
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	
1	2	2	2	2	3	3	3	17
2	1	1	1	1	1	1	1	7
3	5	4	5	5	5	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	4	4	5	5	31
6	4	4	4	4	4	3	3	26
7	4	4	4	4	4	3	3	26
8	3	3	3	3	4	3	3	22
9	3	4	4	4	3	4	4	26
10	5	5	4	5	4	4	4	31
11	5	5	4	4	5	5	5	33
12	4	5	4	4	4	4	4	29
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	4	4	5	5	3	5	5	31
15	5	4	4	5	5	5	4	32
16	5	5	5	5	4	5	4	33
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	5	4	4	4	4	4	4	29
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	5	4	4	4	4	4	29
23	5	4	4	5	4	4	4	30
24	2	1	1	1	1	1	1	8
25	5	5	4	5	4	5	4	32
26	5	5	4	5	5	5	5	34
27	5	5	4	5	4	4	5	32
28	5	5	5	5	5	5	5	35
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	4	4	4	4	4	3	4	27
31	4	5	5	4	5	5	5	33
32	4	4	4	3	3	5	5	28
33	5	5	5	5	5	5	5	35
34	4	5	4	4	4	4	4	29

No Responden	Kepuasan Nasabah (Y2)							Jumlah
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	
35	3	2	2	2	2	2	4	17
36	4	4	4	3	3	5	4	27
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	3	3	3	3	3	3	3	21
39	5	4	4	5	4	5	5	32
40	5	5	5	5	5	5	5	35
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	4	4	4	5	5	4	5	31
45	4	4	5	4	5	4	5	31
46	4	5	4	4	4	4	4	29
47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	2	2	2	2	3	2	2	15
49	4	4	5	4	5	4	3	29
50	5	5	4	5	5	5	5	34
51	3	4	3	4	4	4	3	25
52	5	4	5	5	5	5	5	34
53	1	1	1	2	1	1	2	9
54	5	4	4	5	4	3	3	28
55	4	4	4	4	4	3	3	26
56	1	1	1	1	1	2	2	9
57	5	5	5	4	4	5	5	33
58	2	1	1	1	1	1	1	8
59	1	1	1	1	1	1	2	8
60	1	1	1	2	2	1	1	9
61	3	4	5	5	5	22	3	4
62	5	5	5	3	4	22	5	5
63	2	2	2	2	2	3	3	16
64	3	3	3	4	4	3	3	23
65	1	1	1	2	1	1	1	8
66	5	4	4	4	4	5	4	30
67	5	5	5	4	4	5	5	33
68	5	5	5	5	5	5	5	35

No Responden	Kepuasan Nasabah (Y2)							Jumlah
	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	
69	5	4	5	5	5	5	5	34
70	4	5	4	5	5	5	5	33
71	5	5	5	5	5	4	4	33
72	5	5	5	4	5	5	5	34
73	5	4	5	5	5	5	5	34
74	5	5	5	5	5	5	4	34
75	5	5	5	5	5	5	5	35
76	4	4	5	4	4	4	4	29
77	2	1	2	1	1	1	1	9
78	5	4	5	5	5	5	5	34
79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	3	5	4	3	4	3	4	26
81	4	5	4	5	4	5	4	31
82	4	2	5	5	4	4	5	29
83	5	5	5	5	5	4	4	33
84	5	5	5	4	4	5	5	33
85	5	4	4	4	4	5	5	31
86	4	5	4	5	5	5	5	33
87	5	4	5	5	4	4	5	32
88	4	5	5	5	5	5	5	34
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	1	1	1	2	2	1	1	9
91	2	2	1	2	2	2	2	13
92	5	5	4	5	4	5	5	33
93	4	4	5	4	5	5	5	32
94	5	4	4	5	5	5	4	32
95	5	4	5	4	5	5	4	32
96	4	3	4	4	5	4	4	28
Total	383	372	373	379	375	379	381	2642

UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

a. Uji Validitas

1. Layanan Digital

[illegible]

X6	Pearson Correlation	.827**	.864**	.907**	.684**	.878**	1	.830**	.820**	.811**	.868**	.840**	.829**	.941**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X7	Pearson Correlation	.767**	.775**	.789**	.663**	.827**	.830**	1	.780**	.739**	.816**	.819**	.800**	.890**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X8	Pearson Correlation	.801**	.829**	.812**	.628**	.801**	.820**	.780**	1	.748**	.801**	.834**	.708**	.887**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X9	Pearson Correlation	.745**	.790**	.824**	.660**	.807**	.811**	.739**	.748**	1	.771**	.766**	.789**	.872**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X10	Pearson Correlation	.793**	.843**	.837**	.687**	.881**	.868**	.816**	.801**	.771**	1	.868**	.856**	.929**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X11	Pearson Correlation	.838**	.853**	.804**	.685**	.868**	.840**	.819**	.834**	.766**	.868**	1	.837**	.929**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X12	Pearson Correlation	.745**	.775**	.806**	.673**	.859**	.829**	.800**	.708**	.789**	.856**	.837**	1	.897**

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
total	Pearson Correlation	.893**	.915**	.921**	.776**	.940**	.941**	.890**	.887**	.872**	.929**	.929**	.897**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

2. Kepercayaan Nasabah

Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.878**	.875**	.848**	.827**	.939**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.2	Pearson Correlation	.878**	1	.846**	.847**	.847**	.937**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.3	Pearson Correlation	.875**	.846**	1	.884**	.897**	.953**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.4	Pearson Correlation	.848**	.847**	.884**	1	.884**	.945**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96
Y1.5	Pearson Correlation	.827**	.847**	.897**	.884**	1	.944**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001

	N	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	.939**	.937**	.953**	.945**	.944**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96

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

3. Kepuasan Nasabah

Correlations									
		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6	Y2.7	TOTAL
Y2.1	Pearson Correlation	1	.863**	.876**	.876**	.840**	.876**	.836**	.941**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
Y2.2	Pearson Correlation	.863**	1	.853**	.845**	.843**	.865**	.815**	.930**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
Y2.3	Pearson Correlation	.876**	.853**	1	.863**	.884**	.878**	.855**	.948**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
Y2.4	Pearson Correlation	.876**	.845**	.863**	1	.880**	.845**	.815**	.934**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
Y2.5	Pearson Correlation	.840**	.843**	.884**	.880**	1	.845**	.801**	.930**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
Y2.6	Pearson Correlation	.876**	.865**	.878**	.845**	.845**	1	.909**	.949**

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
Y2.7	Pearson Correlation	.836**	.815**	.855**	.815**	.801**	.909**	1	.920**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
TOT AL	Pearson Correlation	.941**	.930**	.948**	.934**	.930**	.949**	.920**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									

b. Uji Reliabilitas

1. Layanan Digital

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.978	12

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	42.677	140.326	.870	.976
X2	42.865	143.129	.900	.975
X3	42.875	138.889	.903	.975
X4	43.115	143.408	.731	.979
X5	42.938	138.733	.927	.975
X6	42.854	140.042	.929	.975
X7	42.906	142.738	.869	.976
X8	42.906	141.012	.863	.976
X9	42.906	146.949	.852	.977
X10	42.938	141.154	.915	.975
X11	42.844	138.849	.914	.975
X12	43.000	140.842	.875	.976

2. Kepercayaan Nasabah

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.969	5

3. Kepuasan Nasabah

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.976	7

UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Normalitas

1. Layanan Digital terhadap Kepercayaan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.70639964
Most Extreme Differences	Absolute		.083
	Positive		.083
	Negative		-.062
Test Statistic			.083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.098
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.100
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.093
		Upper Bound	.108
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.			

2. Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.04442958
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.072
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.084

Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.089
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.081
		Upper Bound	.096
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.			

b. Uji Multikolinearitas

1. Layanan Digital terhadap Kepercayaan

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Layanan Digital ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Kepercayaan			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.955 ^a	.913	.912	1.715	2.249
a. Predictors: (Constant), Layanan Digital					
b. Dependent Variable: Kepercayaan					

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2900.619	1	2900.619	985.674	.000 ^b
	Residual	276.621	94	2.943		
	Total	3177.240	95			
a. Dependent Variable: Kepercayaan						
b. Predictors: (Constant), Layanan Digital						

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	-.158	.659		-.240	.811		
	Layanan Digital	.426	.014	.955	31.395	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Collinearity Diagnostics ^a					
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Layanan Digital
1	1	1.964	1.000	.02	.02
	2	.036	7.398	.98	.98

a. Dependent Variable: Kepercayaan

2. Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Layanan Digital ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: kepuasan

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.970 ^a	.942	.941	1.921	1.757

a. Predictors: (Constant), Layanan Digital

b. Dependent Variable: kepuasan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5609.234	1	5609.234	1520.711	.000 ^b
	Residual	346.725	94	3.689		
	Total	5955.958	95			

a. Dependent Variable: kepuasan

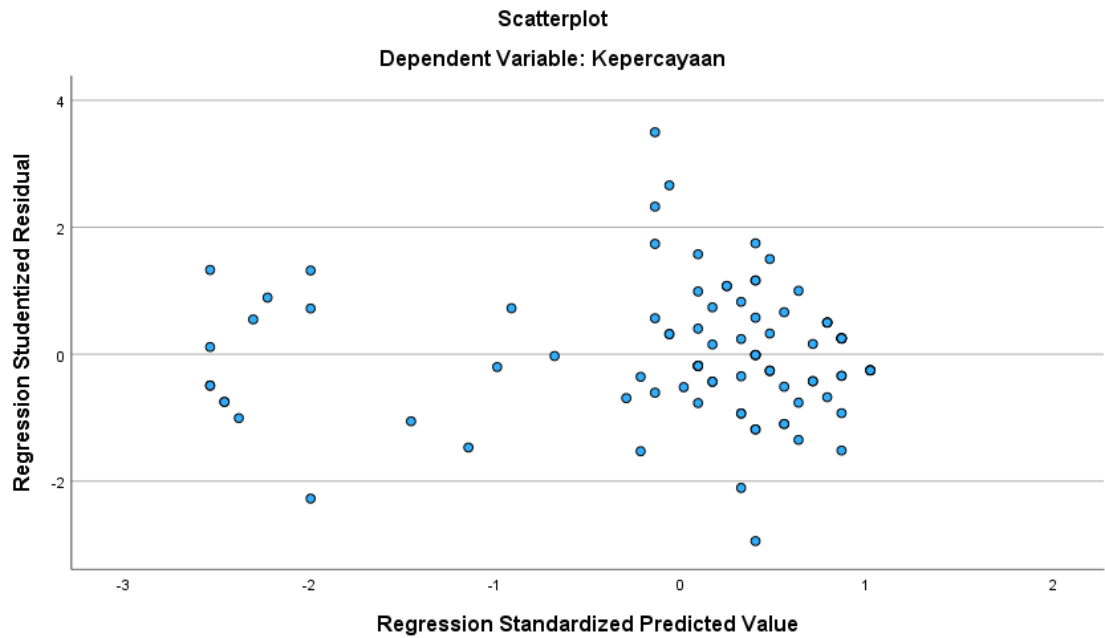
b. Predictors: (Constant), Layanan Digital

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Model								
1	(Constant)	-.236	.738		-.320	.750		
	Layanan Digital	.593	.015	.970	38.996	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: kepuasan								

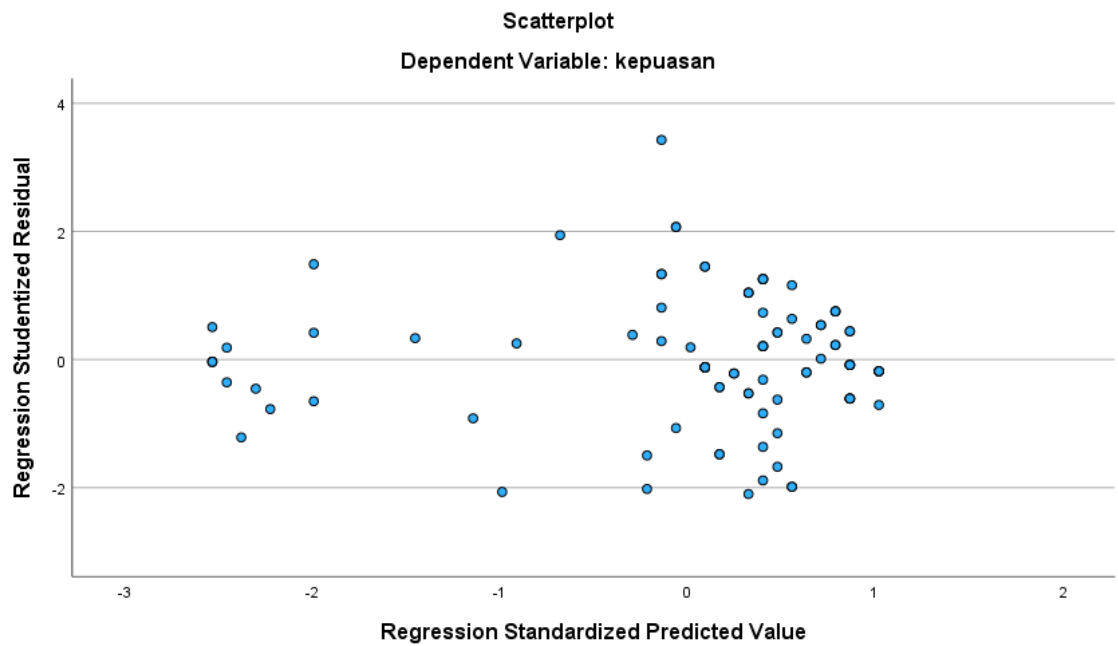
Collinearity Diagnostics ^a					
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Layanan Digital
1	1	1.964	1.000	.02	.02
	2	.036	7.398	.98	.98
a. Dependent Variable: kepuasan					

c. Uji Heterokedastisitas

1. Layanan Digital terhadap Kepercayaan Nasabah



2. Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah



UJI LINIER SEDERHANA DAN UJI HIPOTESIS

a. Uji Linier Sederhana

1. Layanan Digital terhadap Kepercayaan Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.158	.659		-.240	.811
	X	.426	.014	.955	31.395	.000

a. Dependent Variable: Y1

2. Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.236	.738		-.320	.750
	X	.593	.015	.970	38.996	.000

a. Dependent Variable: Y2

b. Uji Parsial T

1. Layanan Digital terhadap Kepercayaan Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.158	.659		-.240	.811
	X	.426	.014	.955	31.395	<.001

a. Dependent Variable: Y1

2. Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.236	.738		-.320	.750
	X	.593	.015	.970	38.996	<.001

a. Dependent Variable: Y2

c. Uji Simultan F

1. Layanan Digital terhadap Kepercayaan Nasabah

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2900.619	1	2900.619	985.674	<,001 ^b
	Residual	276.621	94	2.943		
	Total	3177.240	95			
a. Dependent Variable: Y1						
b. Predictors: (Constant), X						

2. Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5609.234	1	5609.234	1520.711	<,001 ^b
	Residual	346.725	94	3.689		
	Total	5955.958	95			
a. Dependent Variable: Y2						
b. Predictors: (Constant), X						

d. Uji Koefisien Determinan R

1. Layanan Digital terhadap Kepercayaan Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.913	.912	1.715
a. Predictors: (Constant), X				

2. Layanan Digital terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.970 ^a	.942	.941	1.921
a. Predictors: (Constant), X				

Tabel r untuk df = 51 - 100

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
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI
Semester/TA : VI/ 2024

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Els Ranti
NPM : 2103021013

Fakultas/Jurusan : FEBI/ PBS
Semester/TA : VI/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3/2024 18	Kenapa produk tabungan? Kakommat sipohetikan kembali: Cajanan (Potuskerian) Kehut pmdruan panubon Kuantofaty Neon disemakan Faktor penyebab kipuayan Indicator kipuayan Kababar.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

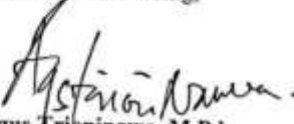
Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VI/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	24/24 6	- Bahasa yang digunakan kurang formal. - lingkup masalah yang dibatasi pada aspek apa saja? - Tugasmu sertakan juga Rumusan.	

Dosen Pembimbing,


Agus Trioninawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,


Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VI/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	27/6 ²⁰²⁴	X₁ apa? Kenapa penting? 1 2 X₂ < apa? Kenapa penting? 3 4 X₃ < apa? kenapa 5 6 By ketiga aspek tsb 7 mempengaruhi kepuasan 8 apa? Y < kn kepuasan penting 9. lobas - kenapa di tsb unit 2 10, " closing statement 12 - tambas teori tentang pengaruh X₁, X₂, X₃ → Y. pada masing2 Variabel Independen	

Dosen Pembimbing,

Agus Triadinawa, M.Pd
NIDN 2012009001

Mahasiswa Ybs,

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iaim@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VI/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	10/ Juli 2024	- perhatikan penggunaan kata ganti (Part of me) - kata kunci - kata sifat - kata benda - dll - masukkan teori tentang alat ukur promosi. - untuk katanya apa saja? - Alat ukur tingkat kepercayaan nasabah? <u>Promosi dan kepercayaan belum ada alat ukur</u>	

Dosen Pembimbing,

Agus Trioninawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iaim@metrouni.ac.id Website : www.febi.metrouni.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	09/09/2024	- Latarbelakang masalah masih belum mengungkapkan permasalahan yang terjadi sebagai landasan pentingnya dilakukan penelitian. - Rumusan masalah. 1. ? 2. ? 3. ? 4. ? perbaiki Apa? - Praktek : mengaji landasan pengubahan kebijakan by. Bank -. - Indikator Kepercayaan Ciri 2 seseorang percaya (kpa Bank).	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Elsa Ranti
NPM. 2103021013

menyampaikan

Cyana
Sigitari



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	17/05/2024	1. point latar belakang Masalah belum habis. 2. Indikator pengaruh variable X_1 X_2 } thd Y. X_1 Jelaskan masing-masing indikatornya karena ini teori utama yang nantinya akan menjadi landasan pembuatan Angket. 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan nasabah. Jelaskan. 4. populasi dan sampel Berapa (data)	

Dosen Pembimbing,


Agus Triosti Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,


Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringsihyoto Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrosuniv.ac.id Website : www.febi.metrosuniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29/9/2024	- Teorifertasy Variabel X_1 X_2 X_3 Y Kurangnya detail diturailkan lagi - Dikwa bab 3	

Dosen Pembimbing,

Agus Triogi Nawa, M.Pd
NIDN. 3012009001

Mahasiswa Ybs,

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringsulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metroiv.ac.id Website : www.febi.metroiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	24/24 9	- Perhatikan kesalahan penulisan - Sediakan sample sesuai kebutuhan - uji Distribusi proporsi - uji linier sederhana - ref. 7. semina (pretengalan) Akhir smt 7. konpre. (Munagoh.) Awal smt 8 Munagoh.	

Dosen Pembimbing,

Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iaim@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		teliti kembali penulisan Dapus. Ace proposal. 12/01/2024 Silahkan daftar seminar Darin revisi yang jumat 08.00	

Dosen Pembimbing,

Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ks. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metroniv.ac.id Website : www.febi.metroniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

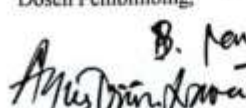
NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	4/11/24	1. Angket disesuaikan dg teori 2. teori diperbaiki lagi 3. BAB IV Hasil pembahasan A. Hasil 1. hasil uji validitas validity reliability Not 2. Hasil uji validitas reliability Not 3. Hasil uji validitas reliability Not 4. uji hipotesis T.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,


Agus Trichi Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001


Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email: febi.iain@metroiniv.ac.id Website: www.febi.metroiniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	11/11 2024	Apd masih belum selesai dengan teori	
	12/11 2024	ACE Apd dan outline jurnal penelitian, buat Apdnya ke dalam google form.	

Dosen Pembimbing,

Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	12/11 24	Saya adalah Narasumber B31 ditanya sila neta neta ya neta question gi traksi Berikutnya jenis kelamin. laki pr. usia 17-20 Manual 21-30 pekerjaan pelupa wastawasta (petani/pedagang, dll) pekerjaan wastawasta Pns Lanya	KCP Tugay Bura unt 2 Ya tidak.

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Elsa Ranti
NPM. 2103021013



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	lemban 2	lemban 2.1 dan keratahiv. lemban 2.1 dan keratahiv. SD SMP SMA Diploma (D1, D2, D3) S1 S2 S3 —	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001


Elsa Ranti
NPM. 2103021013

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : fcbi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.fcbi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Elsa Ranti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah

NPM : 2103021013

Semester/TA : VII/2024

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	7/1/25	Judul tugas diberikan pada masyarakat (sewaikan) dan diperbaiki. Pak semua isi proposal ubah yang ada tulisan Keltuba dst	Ag
		GBM Semukan data.	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001


Elsa Ranti
NPM. 2103021013



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507 Fax: (0725) 47296 Email: iainmetro@metrouniv.ac.id;
website www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

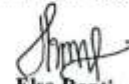
Nama : Elsa Ranti Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 2103021013 Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30/2024	- Distribusi f diperbaiki $\times$ - tabel diperbaiki total bawah. - uji hipotesis belun jelas. Peramus $\times - y_1$ } berapa peramunya? $\boxed{\times} - y_2$ (3.) 2 $\rightarrow$ 5 Luasan 2: 1 2 $\rightarrow$ total luas 3 Kepuasan 1: 4 5	

Dosen Pembimbing,


Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,


Elsa Ranti
NPM.2103021013



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

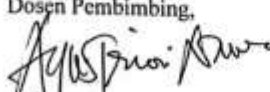
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: iainmetro@metrouniv.ac.id; website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Elsa Ranti Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 2103021013 Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3/2 2025	Pembahasan 1. <u>hadirkan uraian hasil analisis</u> 2. <u>hadirkan penelitian sebelumnya</u> (footnote, Daftar nambur) 3. <u>apa implikasinya?</u> Cara menyajikan $H_1 \quad X - y_1$ $H_2 \quad X - y_2$ Kesimpulan implikasi dari semua temuan.	

Dosen Pembimbing,


Agus Trioni Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,


Elsa Ranti
NPM.2103021013



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: iainmetro@metrouniv.ac.id; website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Elsa Ranti

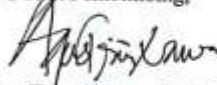
Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI

NPM : 2103021013

Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	4/2/2024	Referensi belum ada.	
	7/2/25	Abstrak lihat Catatan. - masalah - tujuan - manfaat - metode - hasil - kesimpulan - Kata kunci. bawa lengkap kata pengantar dll. Lampiran.	

Dosen Pembimbing,


Agus Triani Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,


Elsa Ranti
NPM.2103021013



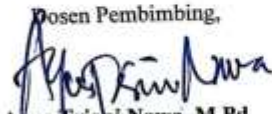
KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: iainmetro@metrouniv.ac.id; website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Elsa Ranti Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 2103021013 Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		hasil para abstrak perlu diteliti lagi. ada skripsi sudah dipin vjua	

Dosen Pembimbing,

Agus Triopi Nawa, M.Pd
NIDN. 2012009001

Mahasiswa Ybs,

Elsa Ranti
NPM.2103021013

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Elsa Ranti lahir pada tanggal 07 Desember 2004 di Batang, Provinsi Jawa Tengah. Peneliti adalah anak Pertama dari Bapak Sarifudin (alm) dan Ibu Nanik Kusriny. Peneliti menyelesaikan Pendidikan di SDN 2 Buanasakti pada tahun 2009-2015, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 3 Sekampung pada tahun 2015-2018, kemudian melanjutkan di SMA Negeri 1 Batanghari dan selesai pada tahun 2018-2021. Pada tahun 2021, penulis melanjutkan Pendidikan di IAIN Metro Lampung dengan masuk melalui jalur UM-PTKIN dengan mengambil jurusan Perbankan Syariah (PBS) sampai dengan sekarang. Pada tahun yang sama penulis telah tercatat sebagai mahasiswa jurusan Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).