

**PENGARUH KEMUDAHAN, PENGETAHUAN PRODUK, DAN
TINGKAT PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PENGGUNA *WEBFORM* DI BSI KCP PONOROGO SOETTA**

SKRIPSI



Oleh:

Siti Suliyah

NIM 402190095

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

2023

ABSTRAK

Suliyah, Siti. Pengaruh Kemudahan, Pengetahuan Produk, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Webform* Di BSI KCP Ponorogo Soetta). Skripsi. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Yulia Anggraini, S.A.B., M.M.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Kemudahan, Pengetahuan Produk, Tingkat Pendidikan

Kepuasan nasabah menjadi salah satu hal yang dapat membuat suatu bank syariah terus bertahan dari dunia persaingan yang ketat. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta yang dilatar belakangi oleh permasalahan kurangnya kepuasan nasabah dalam bertransaksi di zaman digital ini. Permasalahan tersebut meliputi nasabah yang merasa kesulitan menggunakan *webform* di zaman digital ini, kurangnya pengetahuan tentang *webform* BSI dan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh nasabah yang pendidikan terakhirnya hanya sampai SD. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah pada pengguna *webform*.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampel, dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Data diolah menggunakan SPSS 21 dengan model analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: model regresi linier berganda yaitu $Y = 2,904 + 0,214 X_1 + 0,445 X_2 + 0,155 X_3$. Yang berarti bahwa nilai konstanta sebesar 2,904 dengan koefisien regresi X_1 0,214 X_2 0,445 X_3 0,155 yang menyatakan arah pengaruh variabel X terhadap Y bernilai positif, dengan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai Uji T signifikan yaitu $3,000 > 1,661$. Pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai Uji T signifikan yaitu $4,689 > 1,661$. Dan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai Uji T signifikan yaitu $2,254 > 1,661$. Adapun hasil penelitian secara simultan variabel kemudahan, pengetahuan produk, dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai Uji F signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ koefisien determinasi (R Square) sebesar 49,6% dan sisanya 53,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model.



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

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan	
1	Siti Suliyah	402190095	Perbankan Syariah	Pengaruh Kemudahan, Pengetahuan Produk, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Pengguna Webform Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta)

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

Ponorogo, 13 April 2023

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhtadin Amri, M.Ak.
NIP. 198907102018011001

Menyetujui


Yulia Anggraini, M.M.
NIDN.2004078302



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

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Kemudahan, Pengetahuan Produk, Dan
Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pengguna *Webform* Di BSI KCP Ponorogo Soetta.
Nama : Siti Suliyah
NIM : 402190095
Jurusan : Perbankan Syariah

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

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Dr. Ely Masykuroh, S.E
NIP. 197202111999032003

Penguji I :
Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy
NIP. 198608082019032023

Penguji II :
Yulia Angraini M.M
NIDN. 2004078302

()
()
()

Ponorogo, 17 Mei 2023

Mengesahkan

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Tathfi Hadi Aminuddin, M. Ag.

NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Suliyah

NIM : 402190095

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi / Tesis : Pengaruh Kemudahan, Pengetahuan Produk, Dan
Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pengguna *Webform* Di BSI KCP Ponorogo Soetta

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 17 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Siti Suliyah
402190095

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Siti Suliyah

NIM : 402190095

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KEMUDAHAN, PENGETAHUAN PRODUK, DAN TINGKAT

PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA

WEBFORM DI BSI KCP PONOROGO SOOETTA

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

Ponorogo, 17 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Siti Suliyah
402190095

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PUBLIKASI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Deskripsi Teori	12
B. Kajian Pustaka	25
C. Kerangka Pemikiran	36
D. Hipotesis Penelitian	37

BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Rancangan Penelitian	41
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
C. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian	45
D. Populasi dan Sampel	45
E. Jenis dan Sumber Data	48
F. Metode Pengumpulan Data	49
G. Instrumen Penelitian	50
H. Validitas dan Realibitas Instrumen	51
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	52
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA	61
A. Gambaran Umum	61
B. Hasil Pengujian Instrumen	64
C. Hasil Pengujian Deskripsi	69
D. Hasil Pengujian Hipotesis	73
E. Pembahasan	88
1. Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Webform</i> Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	88

2.	Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Webform</i> di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	91
3.	Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Webform</i> Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	94
4.	Pengaruh Kemudahan, Pengetahuan Produk, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Webform</i> Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	98
BAB V PENUTUP		103
A. Kesimpulan.....		103
B. Saran.....		104
DAFTAR PUSTAKA		106



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu fasilitas yang ada di Bank Syariah Indonesia dan bisa diakses oleh nasabah yaitu *webform*. *Webform* merupakan formulir *online* yang ditambahkan di website. Fasilitas-fasilitas yang ada dalam *webform* BSI yaitu buku rekening dan transaksi, dimana transaksi yang dimaksud ada setor tunai, tarik tunai, pemindah bukuan, transfer Sistem Kliring Nasional (SKN), dan transfer *Real Time Gross Settlement* (RTGS).¹

Dalam dunia perbankan persaingan bisnis semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin berkembang harus memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Diantaranya faktor keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kepercayaan dan kepuasan nasabah.²

Kepuasan menjadi salah satu hal yang dapat membuat suatu bank syariah terus bertahan dari dunia persaingan yang ketat. Karena dengan terciptanya kepuasan nasabah citra perusahaan akan tetap terjaga di mata masyarakat. Hal tersebut akan berdampak pada pendapatan perbankan yang akan semakin bertambah, meningkatnya keuntungan

¹ Yoannisa Fitriani Suhayati, "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah.," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 6 (2022): 1681–95.

² Ni Putu Rita Arini Indriawati, "Kepuasan Pengguna E-Banking Oleh Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Sebagai Nasabah Pt Bank Negara Indonesia (Persero), TBK Kantor Cabang Singaraja," *Ekuitas Jurnal Pendidikan Ekonomi* 3, no. 1 (2015): 19.

perusahaan, serta nasabah akan tetap bertahan di bank tersebut dan tidak akan beralih ke bank yang lainnya.³

Menurut Kotler dan Keller mendefinisikan kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara antara kinerja atau hasil produk yang diharapkan.⁴ Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dalam jasa perbankan, pelanggan disebut dengan istilah nasabah. Kepuasan nasabah adalah reaksi seseorang dengan membandingkan antara produk atau jasa bank yang dirasakan dan diharapkannya. Nasabah merasa puas apabila apa yang diharapkan sesuai dengan keinginannya.⁵

Kepuasan nasabah dalam perbankan menjadi tolak ukur yang sangat penting, karena dapat membangun citra merek perbankan. Tingkat kepuasan yaitu fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Apabila kinerja atau hasil di bawah harapan, maka pelanggan merasa tidak puas. Sebaliknya apabila kinerja atau hasil sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.⁶

³ Agustina Massora and Indah Widayanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta," *Jurnal Manajemen FE-UB* 9, no. 1 (2021): 20.

⁴Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Jakarta: Prenhalindo, 2008), 139.

⁵Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), 7.

⁶ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty, 2011), 226.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menurut Kotler dan Keller dalam buku Iendy Zelvian Adhari yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.⁷ Dengan indikator kepuasan nasabah diantaranya ialah kesesuaian harapan, membeli kembali atau menggunakan kembali produk atau jasa, merekomendasikan kepada orang lain.⁸ Dari indikator tersebut faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kemudahan, pengetahuan, dan pendidikan. Dimana seseorang yang memiliki pendidikan yang tinggi, pasti akan memiliki pengetahuan yang tinggi pula dan menjadikan kemudahan penggunaan bagi setiap orang. Apabila indikator tersebut terpenuhi maka akan menimbulkan perasaan senang, puas apa yang diperolehnya.

Kemudahan penggunaan yaitu sejauh mana seseorang menganggap teknologi mudah digunakan. Adapun indikator yang digunakan untuk kemudahan penggunaan ialah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya.⁹ Berdasarkan teori yang terkait dengan kepuasan nasabah, apabila kemudahan semakin tinggi maka kepuasan juga akan naik, begitu pula sebaliknya apabila kemudahan penggunaan rendah maka kepuasan nasabah juga akan melemah.¹⁰ Jadi apabila nasabah percaya bahwa teknologi mudah digunakan maka ia akan merasa senang

⁷ Iendy Zelvian Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2021), 44.

⁸ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Prenhalindo, 2008), 140.

⁹ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keprilaku* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 115.

¹⁰ Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2007), 173.

dan puas terhadap hasil yang diperolehnya. Begitu sebaliknya apabila nasabah tidak percaya dan teknologi ini sulit digunakan maka ia akan merasa kecewa dan tidak puas terhadap hasil yang diperolehnya.

Pengetahuan produk merupakan sekumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Nasabah memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda. Faktor penting dalam menentukan perilaku konsumen adalah pengetahuan. Indikator pengetahuan produk ialah atribut produk, manfaat produk dan kepuasan mengenai produk. Pengetahuan produk merupakan faktor yang sangat penting karena nasabah yang memiliki pengetahuan dan kemampuan tinggi dapat dijadikan sebagai pengukuran kepuasan nasabah.¹¹ Sehingga semakin tinggi pengetahuan produk yang dimiliki oleh nasabah maka kepuasan akan naik, begitu pula sebaliknya apabila pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah menurun maka kepuasan nasabah juga akan menurun.¹²

Tingkat pendidikan merupakan tahapan kegiatan yang terencana untuk menciptakan generasi yang lebih baik. Adapun indikator dari tingkat pendidikan yaitu jenjang pendidikan, kesesuaian jurusan dan kompetensi yang dimiliki.¹³ Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan berpengaruh perubahan sikap dan perilaku konsumen. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan konsumen untuk menyerap informasi dan

¹¹ Erina Ayu Nurarista and Rachma Indrarini, "Pengaruh Product Knowledge Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Di BTN KCS Surabaya," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022), 81–94.

¹² M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Sleman: Deepublish, 2012), 66.

¹³ Umar Tirtarahardja and La Sula, *Pengantar Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005),

menerapkan dalam perilaku sehari-hari. Pendidikan dapat digunakan untuk membantu nasabah membawa taraf kehidupan yang lebih tinggi.¹⁴ Sehingga orang berpendidikan tinggi lebih cepat puas dibandingkan dengan berpendidikan rendah.¹⁵

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dewi Rosanti membahas tentang kepuasan nasabah terhadap pengguna *webform*. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa *webform* menurut nasabah Bank Syariah Indonesia pelayanan dengan menggunakan *webform* dapat mempercepat pelayanan, dapat membantu nasabah dalam bertransaksi, serta *webform* tersebut mudah digunakan dan mudah dipahami.¹⁶ Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Erina Ayu Nurarista dan Rahma Indrarini tentang *product knowledge* dilihat dari sisi karyawan bukan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil penelitian bahwa variabel *product knowledge* tidak berpengaruh terhadap kepuasan karyawan.¹⁷ Sementara penelitian yang dilakukan oleh Syuhada, Rahim Matondang, Suwino dengan tingkat pendidikan salah satu variabel. Tingkat pendidikan dilihat dari sisi karyawan bukan dari sisi nasabah dengan hasil penelitian

¹⁴ Suhardjo, *Berbagai Cara Pendidikan Gizi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007).

¹⁵ Niki Silprihatin Roma Uli Sihalohe and Irma Herliana, "Hubungan Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan Dengan Tingkat Kepuasan Pasien di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Mitra Keluarga" 7, no. 2 (2017), 239–247.

¹⁶ Dewi Rosanti, "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Webform Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Mojokerto Mojopahit 1" *Skripsi* (Surabaya, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, 2022), 60.

¹⁷ Erina Ayu Nurarista and Rachma Indrarini, "Pengaruh Product Knowledge Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Di BTN KCS Surabaya." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5 no. 1 (2022), 89.

tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan kerja karyawan.¹⁸ Sehingga dari perbedaan diatas bagaimana kalau diterapkan di Bank BSI KCP Soetta apakah hasilnya sama atau sebaliknya.

Bank Syariah Indonesia KCP Soetta adalah salah satu Bank Syariah Indonesia yang terletak di Kota Ponorogo. Hasil wawancara dengan nasabah pengguna *webform* BSI KCP Ponorogo Soetta Ibu Miringah berusia 45 tahun mengatakan bahwa menggunakan *webform* cukup sulit karena harus mengisi lewat tab yang disediakan, ia merasa belum lancar saat melakukan pengisian transaksi menggunakan *webform* ini. Selain itu tingkat pendidikan yang dimiliki Ibu Miringah hanya SD sehingga ia merasa kesulitan dalam menggunakan *webform* ini walaupun ia sudah diajari oleh satpam untuk mengulanginya ia pun merasa kesulitan. Menurut ibu Miringah lebih senang menggunakan form tarik tunai daripada mengisi di *webform*. Selain itu ia mengaku lebih puas menggunakan cara manual seperti mengisi *form* dari pada mengisi di tab atau handphone.¹⁹

Sedangkan wawancara dengan nasabah pengguna *webform* bernama Indah mengatakan bahwa pengetahuan produk kurang dipahami. Produk yang diketahuinya hanya sebatas produk yang ia pakai, sehingga ia belum mampu mengetahui semua produk seperti *webform* ini. Walaupun seperti itu ia masih mengaku merasa sedikit puas, dengan apa yang

¹⁸ Syuhada, Rahim Matondang, and Suwito, "Pengaruh Runermasi Dan Tingkat Pendidikan Karyawan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Hotel Saka)," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (June 2018), 27.

¹⁹ Miringah, Wawancara, 6 Desember 2022.

diperolehnya.²⁰ Wawancara nasabah yang bernama Afina ia mengatakan bahwa ia sama sekali tidak mengetahui tentang *webform* BSI. Walaupun ia masih menjadi nasabah di Bank BSI KCP Ponorogo Soetta. Ia sama sekali belum mengerti tentang produk *webform* ini.²¹

Dapat peneliti simpulkan dari ketiga kasus di atas bahwa ada beberapa kasus dalam wawancara tersebut yang pertama nasabah yang tidak puas dengan kemudahan menggunakan *webform*. Akan tetapi nasabah akan tetap melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta sehingga berbanding balik dengan teori Jogiyanto yaitu sejauh mana seseorang menganggap bahwa teknologi mudah digunakan.

Sedangkan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh nasabah berbanding balik dengan teori dari Umar Tirtahardja tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan berpengaruh perubahan sikap dan perilaku konsumen. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan konsumen untuk menerima informasi dan menerapkan dalam perilaku sehari-hari. Pendidikan dapat digunakan untuk membantu nasabah membawa taraf kehidupan yang lebih tinggi.

Dan kasus yang kedua dan ketiga tentang tingkat pengetahuan produk berbanding balik dengan teori Peter dan Olson dalam buku Firmansyah apa yang konsumen beli, dimana mereka membeli, dan kapan mereka akan membeli akan bergantung pada pengetahuan yang relevan mengenai keputusan dalam membeli.

²⁰ Indah, Wawancara, 6 Desember 2022.

²¹ Afina, Wawancara, Desember 2022.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta. Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Ponorogo Soetta karena letaknya sangat strategis dan mudah dijangkau.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta?
2. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta?
3. Apakah tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta?
4. Apakah kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta?

C. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah diatas maka tujuan dari rumusan masalah tersebut adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel kemudahan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam perbankan syariah, mengembangkan wawasan perbankan syariah sekaligus menambah literatur kepustakaan khususnya dalam jenis penelitian kuantitatif tentang pengaruh pengguna *webform*, pengetahuan tentang produk, dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah, selain itu juga bisa menjadi bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pihak Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan nasabah, selain itu sebagai bahan acuan evaluasi dimasa yang akan mendatang dan diketahui faktor mana yang pengaruhnya paling dominan dari faktor-faktor kepuasan nasabah.

b. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan, referensi, dan perbandingan penelitian yang sama di bidang yang sama.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam penyusunan proposal ini, maka disusun menjadi lima sub bab yang didalam masing-masing bab tersebut terdiri dari uraian sub-sub bab, sehingga saling berkaitan satu dengan yang lain. Adapun sistematika pembahasan penulisan dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berfungsi sebagai gambaran umum untuk memberi pola pikiran bagi keseluruhan skripsi. Yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori yang relevan yang berisi pengertian, faktor dan indikator tentang pengguna *webform*, pengetahuan tentang produk, tingkat pendidikan dan kepuasan nasabah. Selain itu terdapat juga penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis dari penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh data. Bab ini membahas rancangan penelitian, variabel Penelitian dan definisi operasional, lokasi, populasi, dan sampel dan sumber data metode pengumpulan data teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum obyek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dari rumusan masalah penelitian dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan dambaan setiap perusahaan. Memuaskan kebutuhan pelanggan tidak hanya dapat memberikan bisnis keuntungan dalam persaingan tetapi juga memainkan peran penting dalam memastikan kelangsungan hidup perusahaan. Ketika pelanggan senang dengan suatu produk atau layanan, mereka cenderung akan membelinya lagi dan menggunakan layanan yang sama lagi di masa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang puas lebih cenderung melakukan pembelian berikutnya, sehingga akan berdampak pada volume penjualan perusahaan.¹

Kepuasan nasabah merupakan kegembiraan atau kekecewaan yang dialami seseorang ketika membandingkan kinerja aktual produk (atau hasil) dengan harapan mereka.² Nasabah merasa puas atau tidak puas setelah menggunakan produk atau layanan. Nasabah lebih cenderung menggunakan kembali

¹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 83.

² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

suatu produk jika mereka merasa puas. Sebaliknya, jika nasabah tidak puas, dia tidak akan menggunakan produk yang sama lagi. Kepuasan nasabah adalah sejauh mana suatu produk atau layanan yang dapat memenuhi atau melampaui harapan nasabah. Ketika kinerja aktual jauh dari harapan, maka nasabah akan tidak puas.³

Ketidakpuasan dan kepuasan pelanggan adalah hal yang sama. hal ini menunjukkan bahwa reaksi pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan terhadap kinerja aktual produk saat digunakan sangat kontras dengan ekspektasi sebelumnya. Oleh karena itu, ketika pelanggan menikmati pengalaman menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa, maka kepuasan merupakan respon emosional.⁴

Kepuasan pelanggan mengacu pada keseluruhan sikap pelanggan terhadap produk atau layanan setelah dibeli dan digunakan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan kepada konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Hal ini adalah evaluasi pasca pemilihan berdasarkan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi produk atau layanan dan pemilihan pembelian tertentu.⁵

Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen terhadap suatu produk atau jasa

³ Etta Mamang Sangadji and Sopiha, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181.

⁴ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm 7.

⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 234.

berdasarkan penilaian konsumen dan pengalaman konsumen setelah pemakaian adalah kepuasan atau ketidakpuasan konsumen.

b. Manfaat Kepuasan Nasabah

- a. Reaksi terhadap prosedur biaya rendah
- b. Manfaat ekonomik retensi konsumen terhadap *prespeptual prospecting*
- c. Nilai komulatif dari relasi berkelanjutan
- d. Daya persuasive *word of mouth*
- e. Reduksi sensitivitas harga serta kepuasan konsumen yang merupakan indikator kesuksesan di masa depan.⁶

c. Indikator Kepuasan nasabah

Terdapat tiga indikator kepuasan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yaitu:

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

2) Membeli kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau menggunakan kembali terhadap produk terkait.

⁶ Maulida Nurhidayati and Novi Kurnia Cahyani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna E-Channel Pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2021): 146–57.

3) Merekomendasikan kepada orang lain⁷

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah digunakan dan dirasakannya kepada teman atau keluarga.

d. Pengukuran Kepuasan nasabah

Menurut Kotler dalam buku Iendy Zelvian Adhari ada beberapa cara dalam pengukuran kepuasan sebagai berikut:

1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menyampaikan apa yang dirasakan dalam bentuk keluhan, saran atau pendapat melalui kotak saran, kartu komentar dan customer service.

2) Pembeli bayangan (*Ghost shipping*)

Perusahaan menyuruh orang untuk bersikap membeli produk dari perusahaan lain. Kemudian pembeli misterius ini melaporkan kelebihan dan kelemahan dari produk perusahaan lain berdasarkan pengalaman dalam membeli produk tersebut.

3) Analisis kehilangan konsumen

Perusahaan mencoba menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah ke perusahaan lain. Dengan informasi yang diperoleh

⁷ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Jakarta: Prenhalindo, 2008), 140.

maka perusahaan dapat lebih meningkat kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan para konsumen.

4) Survei kepuasan nasabah⁸

Survei kepuasan dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para nasabahnya.

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller dalam buku Iendy Zelvian Adhari antara lain:

1) Kualitas produk

Nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Harga

Produk yang mempunyai kualitas sama dengan harga yang relative murah akan memberi nilai tinggi kepada nasabah.

⁸ Iendy Zelvian Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Pasuruan: Qiara Media, 2021), 44.

3) Kualitas pelayanan (*Service quality*)

Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.

4) Faktor emosional

Faktor ini berhubungan faktor pribadi nasabah, dimana nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan kepercayaan bahwa orang lain kagum apabila menggunakan produk merek tertentu

5) Biaya dan kemudahan

Nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung puas terhadap produk tersebut.⁹

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menurut Freddy Rangkuti antara lain:

1) Kualitas layanan (*service quality*)

Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

⁹ Iendy Zelvian Adhari, 44.

2) Kualitas produk (*product quality*)

Nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

3) Harga (*Price*)

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

4) Faktor situasi (*Situational factor*)

Keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.

5) Faktor pribadi (*Personal factor*)

Karakteristik nasabah yang mencakup kebutuhan pribadi seperti pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang.¹⁰

2. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin dengan menggunakan teknologi bebas dari usaha. Apabila seseorang menganggap media informasi mudah untuk digunakan maka ia akan menggunakannya. Dan sebaliknya apabila teknologi tersebut sulit digunakan maka ia tidak akan

¹⁰Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, (Jakarta: PT Gramedia Utama 2013) 8.

menggunakan lagi.¹¹ Kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat mudah digunakan.¹²

Kemudahan penggunaan pada layanan *webform* menunjukkan bahwa *webform* di buat untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi bukan untuk membuat nasabah merasa kesulitan dalam melakukan transaksi. Bagi nasabah sendiri kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha baik waktu maupun tenaga dalam mempelajari bagian-bagian yang ada di dalam layanan *webform*. Apabila layanan *webform* ini mudah digunakan dan praktis maka nasabah akan merasa puas karena tidak perlu memerlukan usaha untuk menggunakan layanan *webform*.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki arti sebagai suatu kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan mengandung arti bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atau menggunakan.

¹¹ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keprilakuan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 115.

¹² Fred D Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13, no. 3 (September 1989), 318.

b. Indikator Kemudahan Penggunaan

Adapun indikator kemudahan penggunaan sebagai berikut:

1) Mudah dipelajari

Apabila nasabah menganggap bahwa *webform* ini mudah dipelajari, maka layanan ini mudah digunakan dan akan sering digunakan.

2) Mudah dipahami

Apabila nasabah menganggap bahwa *webform* ini mudah dipahami, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak memerlukan banyak usaha.

3) Sempel

Apabila nasabah menganggap bahwa tampilan yang ada di *webform* ini jelas dan simple, maka layanan tersebut mudah untuk dijalankan dan tidak memerlukan banyak usaha.

4) Mudah pengoperasiannya

Bahwa *webform* mudah untuk dioperasikan, apabila suatu teknologi yang jelas dan dapat dioperasikan dengan mudah, maka akan memudahkan pemakai dalam penggunaannya.¹³

3. Pengetahuan Produk

a. Pengertian Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk didefinisikan sebagai berbagai jenis pengetahuan, kepercayaan yang dicatat dalam ingatan konsumen.

¹³ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keprilakuan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 129.

Konsumen yang memiliki pengetahuan yang lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapan mereka. Dimana semakin tinggi pengetahuan konsumen dalam membeli suatu produk maka dapat meningkatkan kemampuan konsumen untuk membuat pilihan yang memuaskan.¹⁴

Dalam bukunya Ujang Sumarwan pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk merek terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.¹⁵

Pengetahuan produk diperlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk, biasanya melalui penggunaan/keterlibatan pada suatu produk. Pengetahuan produk sebagai pengetahuan konsumen yang berkaitan dengan pengetahuan tentang ciri atau karakter produk, konsekuensi menggunakan produk dan nilai tingkat kepuasan akan dicapai oleh produk. Konsumen yang memiliki pengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan sesuai dengan harapannya.¹⁶

Dengan beberapa pendapat diatas tentang pengetahuan produk dapat disimpulkan bahwa pengetahuan produk merupakan

¹⁴ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap&Pemasaran)*, (Sleman: Deepublish, 2012) 66.

¹⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 23.

¹⁶ Santi Sanita, Aini Kusniawati, and Marlina Lestari, "Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention" *Journal Business and Entrepreneurship* 1, no. 3 (2019), 178.

sekumpulan berbagai macam informasi yang mencakup keseluruhan tentang suatu produk sehingga menjadi sumber kepercayaan bagi nasabah. Dengan pengetahuan tentang suatu produk maka nasabah bisa mengetahui, mengevaluasi sehingga memunculkan rasa percaya terhadap suatu produk yang digunakan dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah hingga akhirnya menciptakan kepuasan terhadap produk tersebut.

b. Indikator Pengetahuan Tentang Produk

Menurut Peter dan Olson dalam buku Firmansyah ada tiga indikator pengetahuan produk, diantaranya sebagai berikut:

1) Atribut Produk

Suatu karakteristik suatu produk dan jasa yang dapat dirasakan. Contohnya terdapat fasilitas *webform* yang digunakan oleh nasabah untuk bertransaksi

2) Manfaat

Suatu akibat langsung yang dialami ketika produk tersebut digunakan. Dalam fasilitas bank syariah ketika nasabah merasakan manfaat dari *webform* tersebut sehingga ia memutuskan menggunakan *webform* bank syariah untuk melakukan transaksi.

3) Kepuasan menggunakan produk¹⁷

Untuk mengetahui suatu kepuasan yang diberikan produk kepada nasabah adalah suatu produk yang telah digunakan oleh nasabah akan memberikan kepuasan nasabah. Apabila *webform* BSI banyak yang menggunakan maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah.

4. Tingkat Pendidikan

a. Pengertian Pendidikan

Dari segi bahasa pendidikan berasal dari bahasa Yunani yaitu *paedagogy* yang mempunyai makna seorang anak yang pergi dan pulang sekolah diantar oleh seseorang. Seseorang yang mengantar dan menjemput dinamakan *paedagogos*. Dalam bahasa romawi pendidikan diistilahkan sebagai edukasi yang berarti memperbaiki akhlak dan melatih kecerdasan. Ada berbagai pendapat yang berlainan tentang pendidikan. Namun, pendidikan berjalan terus tanpa menunggu keseragaman arti. Jadi tingkat pendidikan merupakan tahapan kegiatan terencana untuk menciptakan generasi yang lebih baik. Sehingga tingkat pendidikan yang dimiliki oleh nasabah memberikan rasa kepuasan yang akan diperolehnya.¹⁸

¹⁷ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap&Pemasaran)* (Sleman: Seepublish, 2012), 66–67.

¹⁸ Umar Tirtarahardja and La Sula, *Pengantar Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), 39.

Proses pendidikan adalah proses perkembangan yang bertujuan. Dan tujuan dari proses perkembangan itu secara alamiah ialah kedewasaan yang berasal dari kepribadian manusia itu sendiri. Dengan demikian, bahwa pengertian pendidikan itu erat kaitannya dengan masalah yang dihadapi dengan kehidupan manusia.¹⁹

Tingkat pendidikan adalah tingkatan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemauan yang dikembangkan.²⁰

Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku hidup. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan memudahkan seseorang atau masyarakat untuk menyerap informasi dan menerapkannya dalam perilaku dan gaya hidup sehari-hari. Pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru.²¹

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan adalah tahapan yang telah ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan individu.

¹⁹ Jalaluddin and Abdullah Idi, *Filsafat Pendidikan: Manusia Filsafat Dan Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 8.

²⁰ Suhardjo, *Berbagai Cara Pendidikan Gizi*, (Jakarta: Buni Aksara, 2007), 35.

²¹ Niki Silprihatin Roma Uli Sihaloho and Irma Herliana, "Hubungan Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan Dengan Tingkat Kepuasan Pasien Di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Mitra Keluarga," *Jurnal Ilmu Keperawatan Indonesia* 7, no. 2 (2017): 246.

b. Indikator Tingkat Pendidikan

1) Jenjang Pendidikan

Jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan nasabah, tujuan yang dicapai dan kemampuan yang dikembangkan.

2) Kesesuaian jurusan nasabah

Sebelum nasabah menggunakan fasilitas *webform*, bisa dilihat dari tingkat pendidikan dan kesesuaian jurusan pendidikan yang dimiliki oleh nasabah.

3) Kompetensi

Kompetensi adalah pengetahuan, penguasaan terhadap tugas, keterampilan dan nilai-nilai dasar yang direfleksikan dalam kebiasaan berpikir dan bertindak.²²

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No	Judul, Tahun, dan Nama	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
1	Pengaruh Kenyamanan dan Kemudahan Penggunaan	Sama-sama menggunakan variabel bebas yaitu	Objek penelitian menggunakan fasilitas ATM	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kemudahan

²² Umar Tirtarahardja and La Sula, Pengantar Pendidikan (Jakarta: Rineka Cipta, 2005),

	Fasilitas ATM BNI Taplus Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Makassar, (2018), Dirwan dan Ayu Pertiwi.	kemudahan penggunaan, variabel terikat yaitu kepuasan nasabah, metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda.	BNI Taplus sedangkan peneliti menggunakan <i>webform</i>, lokasi menggunakan Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Makassar sedangkan peneliti Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Soetta	penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kenyamanan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2	Pengaruh Rumunersi Dan Tingkat Pendidikan Karyawan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Hotel Saka), (2018), Syuhada, Rahim Matondang, Suwito	Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif	Variabel bebas rumenersi dan tingkat pendidikan karyawan, variabel terikat kepuasan kerja karyawan, sedangkan peneliti pendidikan dan kepuasan dilihat dari sisi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Remunerasi dan Pendidikan terhadap Kepuasan kerja karyawan di hotel Saka Medan

			nasabah bukan karyawan.	
3	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan & Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba, (2018), Yulisa Saptawati	Sama-sama menggunakan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah, sedangkan variabel bebas yaitu persepsi kemudahan. Metode penelitian sama-sama menggunakan analisis regresi linier berganda	Objek penelitian terdahulu menggunakan mobile banking sedangkan peneliti menggunakan <i>webform</i> . Lokasi penelitian terdahulu di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba sedangkan peneliti di Bank Syariah Indonesia Kantor Pembantu Cabang Ponorogo Soetta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan, keamanan dan manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Variabel kemudahan, keamanan dan manfaat secara Simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

4	Pengaruh Efisiensi, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Bank BNI Syariah Cabang Cirebon (2019), Hilyatul Hanna	Sama-sama menggunakan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah, variabel bebas yaitu kemudahan. Lokasi sama-sama di Bank Syariah Indonesia	Objek penelitian terdahulu menggunakan Internet banking sedangkan peneliti menggunakan <i>webform</i> .	Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel efisiensi (X1), kepercayaan (X2), dan kemudahan (X3) secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y).
5	Pengaruh Pendidikan, Kompetensi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan, (2020), Ella Anastasya Sinambela	Sama-sama menggunakan variabel bebas yaitu tingkat pendidikan, metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda	Pada variabel terikat yaitu kepuasan kerja karyawan sedangkan peneliti kepuasan nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan, kompetensi dan pengalaman kerja berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan.
6	Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust	Sama-sama menggunakan variabel	Variabel bebas pada penelitian terdahulu yaitu	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

	Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking di Kota Depok), (2020), Sri Nawangsari dan Nadea Dwirahma Putri	terikat yaitu kepuasan nasabah	e-service quality dan e-trust, sedangkan pada peneliti menggunakan kemudahan, pengetahuan produk, dan tingkat pendidikan. Objek penelitian terdahulu yaitu pengguna BNI Mobile Banking, sedangkan peneliti objeknya webform BSI	e-service quality berpengaruh langsung terhadap variabel kepuasan nasabah, variabel trust berpengaruh langsung terhadap variabel kepuasan nasabah, variabel e-service quality berpengaruh terhadap citra bank, variabel e-trust berpengaruh terhadap citra bank, dan citra bank berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
7	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Inovasi Terhadap Kepuasan	Sama-sama menggunakan variabel bebas yaitu kemudahan penggunaan,	Objek penelitian terdahulu adalah mobile banking muamalat din,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak

	Nasabah Menggunakan Mobile Banking Muamalat Din Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Palembang, (2021), Rupi Ningrung	variable terikat yaitu kepuasan nasabah. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda	sedangkan pada peneliti menggunakan objek <i>webform</i> . Lokasi penelitian terdahulu di Bank Muamalat KCU Palembang, sedangkan peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan secara simultan kemudahan penggunaan, kepercayaan dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
8	Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan <i>Webform</i> BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan nasabah, (2022), Yoannisa Fitriana Suhayati, Azri Nur Maulina, Widwi Handari Adji.	Variabel terikat sama-sama menggunakan kepuasan nasabah, sama-sama di Bank Syariah Indonesia, metode penelitian menggunakan analisis regresi	<i>Webform</i> BSI sebagai variabel bebas sedangkan penelitian ini <i>webform</i> sebagai objek	Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pemahaman bertransaksi menggunakan <i>webform</i> BSI secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan pemahaman

				bertransaksi menggunakan BSI mobile secara parsial berpengaruh kepuasan nasabah.
9	Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto, (2022), Darmeinis, Yenny.	Sama- sama menggunakan variabel bebas yaitu kemudahan, sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah	Lokasi penelitian di Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto, sedangkan peneliti menggunakan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta. Metode penelitian menggunakan analisis linier sedarhana sedangkan peneliti menggunakan analisis linier berganda.	Hasil penelitian terdapat hubungan yang lemah dan positif antara kemudahan internet banking dengan kepuasan nasabah. kemudahan internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, tanpa adanya kemudahan internet banking maka nilai kepuasan nasabah akan berkurang.

10	Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Bank Muamalat KCP Kisaran, (2022), Rima Yohani.	Sama-sama menggunakan variabel bebas yaitu kemudahan akses, variabel terikat yaitu kepuasan nasabah. Sama-sama menggunakan metode penelitian analisis regresi linier berganda.	Lokasi penelitian menggunakan Bank Muamalat KCP Kisaran, sedangkan peneliti menggunakan Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial, variabel: Kemudahan Akses(X1) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah bank di Bank Muamalat KCP Kisaran
11	Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep), (2022), Putri	Sama-sama menggunakan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah, variabel bebas yaitu kemudahan dan lokasi penelitian sama-sama di Bank Syariah Indonesia.	Variabel bebas yaitu kemanfaatan, kemudahan, keamanan, dan fitur M-banking sedangkan peneliti kemudahan, pengetahuan produk, dan tingkat pendidikan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemanfaatan, kemudahan, fitur dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah.

	Amalia, Anna Zakiyah Hastriana.	Metode penelitian sama-sama menggunakan analisis regresi linier berganda.		
12	Pengaruh Kemudahan Perbankan Elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah PT BCA Cabang Hasyim Ashari, (2022), Boma Jonaldy Tanjung, Irwansyah Catur Nugraha	Sama-sama menggunakan variabel bebas dan variabel terikat yaitu kemudahan dan kepuasan nasabah	Lokasi penelitian ini pada BCA Cabang Hasyim Ashari, sedangkan peneliti menggunakan Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta, metode penelitian menggunakan analisis regresi linier sederhana sedangkan peneliti menggunakan analisi regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara kemudahan transaksi perbankan elektronik dengan kepuasan nasabah.
13	Pengaruh Product Knowledge	Sama-sama menggunakan	Variabel bebas yaitu product	Hasil penelitian ini adalah secara

	Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Di BTN KCS Surabaya, (2022), Erina Ayu Nurarista, Rachma Indrarini ²³	variabel terikat yaitu kepuasan nasabah, metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda	knowledge karyawan dan kualitas pelayanan islami sedangkan peneliti menggunakan variabel bebas yaitu kemudahan, pengetahuan produk, dan tingkat pendidikan, lokasi penelitian di BTN KCS Surabaya sedangkan peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	parsial variabel product knowledge tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan variabel kualitas pelayanan islami berpengaruh pada kepuasan nasabah. Sedangkan secara simultan variabel product knowledge dan kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BTN KCS Surabaya.
14	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas	Sama-sama menggunakan variabel terikat yaitu	Objek penelitian terdahulu yaitu mobile banking	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan

²³ Nurarista and Indrarini, "Pengaruh Product Knowledge Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Di BTN KCS Surabaya," 89.

	Antarmuka Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking, (2022), Faizal Ghifary	kepuasan nasabah, variabel bebas kemudahan penggunaan. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda	sedangkan peneliti menggunakan <i>webform</i>	penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, Kualitas Antarmuka tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
15	Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan <i>Webform</i> Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Mojokerto Mojopahit 1, (2022), Dewi Rosanti	Sama-sama menggunakan objek penelitian <i>webform</i> Bank Syariah Indonesia	Varibel penelitian menggunakan kepuasan nasabah sebagai variabel independent dan penggunaan <i>webform</i> sebagai variabel dependent	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan <i>webform</i> , karena dapat menghemat waktu, mudah digunakan dan mudah dipahami serta dapat mempercepat pelayanan, namun terdapat dua dimensi yang harus diperbaiki dalam pelayanan pada

				<i>webform</i> yaitu dimensi <i>responsiveness</i> dan <i>assurance</i> .
--	--	--	--	---

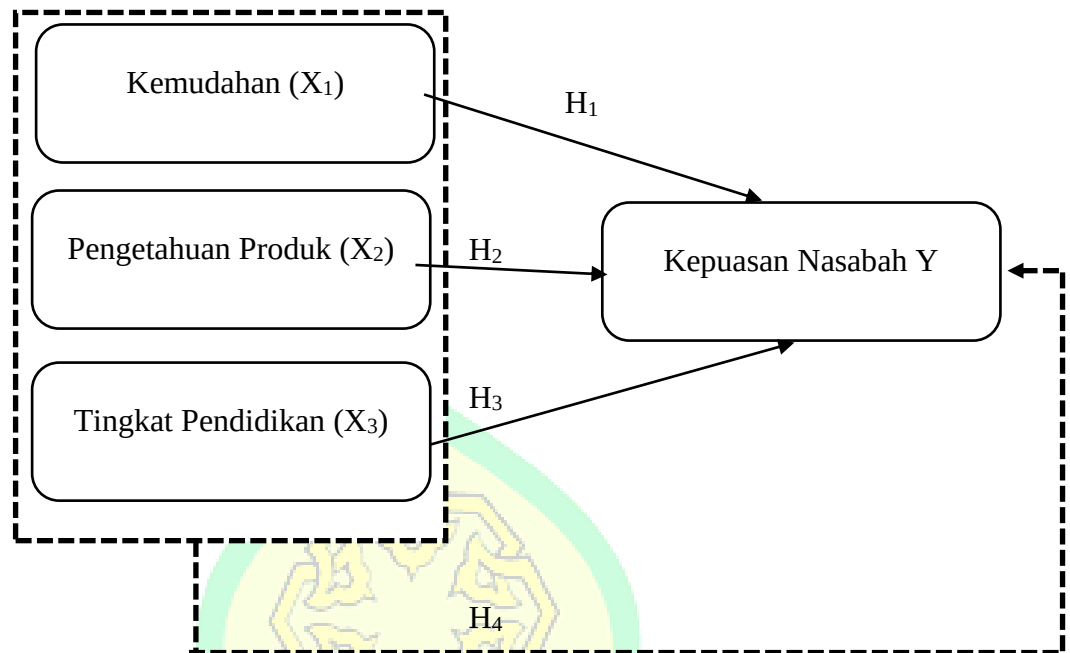
Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 2.1 kajian Pustaka diatas maka terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan sekarang. Perbedaan terletak pada pemilihan variabel dan objek penelitian yang digunakan. Penulis menggunakan kemudahan sebagai variabel X1 dengan menggunakan teori Jogiyanto. Variabel X2 pengetahuan produk dengan menggunakan teori Peter dan Olson dan tingkat pendidikan dengan menggunakan teori Umar Tirtahardja sedangkan untuk variabel Y menggunakan teori dari Kotler dan Keller.

C. Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran dalam bukunya Business Research (1992) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik yaitu menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.²⁴

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 60.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- : Pengaruh secara parsial
 - - - - -→ : Pengaruh secara simultan

Berdasarkan gambar 1.1 kerangka pemikiran menunjukkan terkait adanya pengaruh kemudahan penggunaan webfrom, pengetahuan tentang produk dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Variabel yang dipengaruhi yaitu kepuasan nasabah (Y), sedangkan variabel yang mempengaruhi adalah kemudahan (X1), pengetahuan produk (X2) dan tingkat pendidikan (X3).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Pada

awalnya hipotesis berupa jawaban sementara, kemudian akan dibuktikan kebenarannya secara empiris atau nyata.²⁵ Sedangkan secara statistika, hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan mengenai kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian.²⁶ Berikut merupakan hipotesis berdasarkan kerangka berfikir penelitian diatas sebagai berikut:

1. Hipotesis terkait dengan Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Jogiyanto mengatakan bahwa kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang yakin dengan menggunakan teknologi bebas dari usaha. Apabila seseorang menganggap media informasi mudah untuk digunakan maka ia akan menggunakannya. Dan sebaliknya apabila teknologi tersebut sulit digunakan maka ia tidak akan menggunakan lagi.²⁷

H_{a1} : Kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

H_{01} : Kemudahan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

2. Hipotesis terkait dengan Pengetahuan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

²⁵ Sugiyono, 64.

²⁶ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 12.

²⁷ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keprilaku*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 115.

Menurut Peter dan Olson pengetahuan produk didefinisikan sebagai berbagai jenis pengetahuan, kepercayaan yang dicatat dalam ingatan konsumen. Konsumen yang memiliki pengetahuan yang lebih tinggi akan lebih realitas dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapan mereka. Dimana semakin tinggi pengetahuan konsumen dalam membeli suatu produk maka dapat meningkatkan kemampuan konsumen untuk membuat pilihan yang memuaskan.²⁸

H_{a2}: Pengetahuan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

H₀₂: Pengetahuan produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

3. Hipotesis terkait Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Tingkat pendidikan merupakan tahapan kegiatan terencana untuk menciptakan generasi yang lebih baik.²⁹ Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perubahan sikap dan perilaku hidup.

H_{a3}: Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

H₀₃: Tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

²⁸ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap&Pemasaran)*, (Sleman: Deepublish, 2012), 66.

²⁹ Umar Tirtarahardja and La Sula, *Pengantar Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), 39.

4. Hipotesis terkait Kemudahan, Pengetahuan Produk dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Berdasarkan tinjauan pustaka kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu Faizal Ghifary, Wan Nur Suhaila, Syuhada, Rahim Matondang, Suwito yang membuktikan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, pengetahuan tentang produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H_{a4}: Kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

H₀₄: Kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Metode adalah prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu. Sementara metodologi adalah kajian mendalam terhadap sebuah metode tertentu. Jadi metodologi penelitian adalah sebuah materi pengetahuan untuk mendapatkan pengertian yang lebih dalam mengenai sistematisasi atau langkah-langkah penelitian.¹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih variabel bebas kemudahan penggunaan, pengetahuan tentang produk, dan tingkat pendidikan terhadap variabel terikat kepuasan nasabah. Dari

¹ Syahrur and Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), 37.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 8.

variabel tersebut kemudian dicari seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.³

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala jenis kegiatan yang mempunyai variasi tertentu untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi dari hal tersebut, lalu ditarik kesimpulannya.⁴ Ada dua macam variabel dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel independent

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan munculnya variabel terikat. Adapun variabel independent dalam penelitian ini yaitu kemudahan yang dilambangkan dengan X_1 , pengetahuan produk yang dilambangkan dengan X_2 , dan tingkat pendidikan yang dilambangkan dengan X_3 .

2. Variabel dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independent atau variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah pengguna *webform* yang dilambangkan dengan Y . gambaran yang jelas mengenai variabel pada penelitian ini

³ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Cet.1* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 61.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta 2015), 38.

akan dijelaskan dari definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3.1
Varibel, Definisi Operasional, dan Indikator

Variabel Penelitian	Definisi	Dimensi	Indikator	Pengukuran	Sumber
Kemudahan (X1)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin dengan menggunakan teknologi bebas dari usaha.	a. Mudah dipelajari b. Mudah dipahami c. Sempel d. Mudah pengoperasiannya	1. Penggunaanya mudah dipelajari 2. Penggunaanya mudah 1. Tampilannya mudah dimengerti 2. Kemampuan dalam menggunakan 1. Fitur tidak rumit 2. Sempel dan mudah dipelajari 1. Mudah dalam pengoperasiannya 2. Fleksibel	Likert	Jogiyanto, <i>Sistem Teknologi Keprilaku</i> , Yogyakarta: Andi Offset, 2007
Pengetahuan Produk (X2)	Pengetahuan produk didefinisikan sebagai jenis pengetahuan, kepercayaan yang dicatat dalam ingatan konsumen.	a. Karakteristik Produk b. Manfaat Produk c. Kepuasan mengenai produk	1. Ciri-ciri webform 2. Kelebihan 1. Mengetahui webform 2. Kegunaan webform 1. Mudah menjalan transaksi 2. Cara mengisi webform	Likert	M. Anang Firmansyah, <i>Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)</i> , Sleman: Deepublish

					sh, 2012
Tingkat Pendidikan (X3)	Tingkat pendidikan merupakan tahapan kegiatan terencana untuk menciptakan generasi yang lebih baik.	a. Jenjang Pendidikan b. Kesesuaian dengan jurusan c. Kemampuan yang dimiliki	1. Tingkatan pendidikan 2. Pengetahuan 1. Pendidikan keagamaan 2. Pendidikan akademis 1. Kompetensi 2. Pemahaman	Likert	Umar Tirtarahardja and La Sula, <i>Pengantar Pendidikan</i> , Jakarta: Rineka Cipta, 2005
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan	a. Kesesuaian harapan b. Menggunakan kembali c. Merekomendasikan kembali	1. Webform sesuai keinginan 2. Fasilitas 1. Menggunakan kembali karena layanan webform memuaskan 2. Menggunakan kembali karena layanan webform memadai 1. Bersedia mengajak nasabah lain untuk menggunakan webform 2. Bersedia merekomendasikan ke nasabah lain karena	Likert	Philip Kotler and Kevin Lane Keller, <i>Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas</i> , Jakarta: Prenhaliindo, 2008

	harapan mereka.				
--	-----------------	--	--	--	--

C. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta No. 2B, Bangunsari, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo, Jawa Timur. Peneliti melakukan penelitian ini pada bulan Desember 2022. Dengan objek penelitian nasabah pengguna *webform* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Peneliti memilih lokasi ini karena pada saat melakukan observasi melihat ada beberapa nasabah yang tidak bisa menggunakan *webform*. Selain itu lokasi BSI KCP Ponorogo Soetta ini strategis dekat dengan pasar, dan banyak yang memiliki usaha pertokoan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga meliputi obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh

karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah pengguna *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta yang jumlahnya tidak diketahui karena memang tidak ada data yang pasti dari bank. Hal ini didukung dengan hasil wawancara oleh Ibu Novi selaku *Branch Operational & Service Manager* yang mengatakan bahwa tidak ada data pasti mengenai jumlah pengguna *webform*, karena *webform*, merupakan produk fasilitas layanan yang digunakan untuk melakukan transaksi, sehingga bank hanya mempunyai data jumlah nasabah penabung keseluruhan⁶

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila, populasi, besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan akan dapat diberlakukan untuk populasi, untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul representatif (mewakili).⁷ Teknik yang digunakan dalam pengambilan penelitian ini adalah teknik *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana penulis dalam memilih responden mempunyai ciri khusus yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Adapun untuk teknik pengambilan

⁵ Sugiyono, 80.

⁶ Noviana Putri, Wawancara, 10 Januari 2023.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 81.

sampel apabila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran, seperti ditunjukkan dalam rumus:

$$n = \frac{z^2 \frac{a^2}{2} p \cdot q}{e^2}$$

Dimana:

n: Jumlah sampel yang diperlukan

z: Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1.96

p: Peluang benar 50%= 0,5

q: Peluang salah 50%= 0,5

e: Tingkat kesalahan sampel (sampling biasanya 5%)⁸

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \frac{a^2}{2} p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

α : Tingkat kesalahan ($\alpha=5\%$)

e: Presensi (10%)

q: 1-p

p: 0,5

q: 1-0,5

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 142–143.

$$n = \frac{z^2 \frac{a^2}{2} p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{\left(z \frac{0,05^2}{2}\right) \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2}$$

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

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$= 96,04$$

Dengan menggunakan rumus Cochran di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Alasan pengambilan sampel dilakukan pembulatan dikarenakan jika sampel lebih besar hasilnya akan lebih baik.

E. Jenis dan Sumber Data

Data adalah sekumpulan informasi yang diperoleh berdasarkan fakta yang ada. Dalam penelitian ini, data yang digunakan sebagai data kuantitatif yaitu berupa nasabah dan serta jumlah responden dihitung dengan perhitungan statistik dari kuisisioner. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang bersumber langsung dari hasil objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuisisioner oleh responden tentang pengaruh kemudahan penggunaan *webform*, pengetahuan tentang produk, dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah di bank BSI KCP Ponorogo Soetta.

F. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini untuk memperoleh suatu data, karena dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuisioner

Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁹ Kuisioner ini digunakan untuk memperoleh data mengenai pengaruh kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti terhadap narasumber. Teknik wawancara ini dilakukan secara tidak terstruktur dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.¹⁰ Wawancara ini ditunjukkan kepada

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 142.

¹⁰ Sugiyono, 137.

nasabah dan karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang yang diteliti. Tujuan dari untuk melakukan pengukuran ini untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus memiliki skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Pada penelitian ini penulis menggunakan 5 pilihan/skala untuk penentuan sikap fenomena sosial yang dinyatakan pada pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner tersebut. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, antara lain sebagai berikut:

1. Sangat setuju (SS) diberi skor 5
2. Setuju (S) diberi skor 4
3. Ragu-ragu (R) diberi skor 3
4. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1

Instrumen penelitian yang digunakan pada skala likert ini dibuat dalam bentuk *checklist*. Kelebihan menggunakan skala likert dengan 5 skor adalah mampu mengakomodir jawaban responden yang bersifat ragu-ragu.¹¹ Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui

¹¹ Sugiyono, 93.

pengaruh kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

H. Validitas dan Realibitas Instrumen

1. Validitas

Validitas berarti kesucian alat ukur dengan apa yang hendak diukur artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi validitas adalah seberapa jauh alat dapat diukur hal atau subjek yang ingin diukur.¹² Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Perhitungan ini dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 21. Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dengan sig 5 % jika r hitung $>$ r tabel maka dikatakan valid.

2. Reliabilitas

Instrumen selanjutnya yang harus memenuhi syarat adalah reliabilitas. Realibitas adalah yaitu instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Jadi realibitas adalah kemampuan suatu alat ukur yang

¹² Sugiyono, 122.

dilakukan berkali-kali akan menghasilkan data secara konsisten.¹³ Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan teknik Cronbach's Alpha. Penelitian dikatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha > 0,6 dan sebaliknya.¹⁴

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Tahap selanjutnya adalah tahap pengolahan data. Pengolahan data adalah proses untuk memperoleh data/angka ringkasan berdasarkan kelompok data mentah.¹⁵ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan program IBM SPSS 21 dan Ms. Excel.

2. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.¹⁶ Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka tertentu.¹⁷ Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik.

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa

Langkah diantaranya sebagai berikut:

¹³ Sugiyono, 124.

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 48.

¹⁵ J. Supranto, *Statistik: Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: Erlangga, 2000), 24.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 147.

¹⁷ Azuar Juliandi, Irfan, and Saorinal Manurung, *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi* (Medan: UMSU PRESS, 2014), 85.

a. Pengujian Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisiomer. Kuisiomer dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuisiomer mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisiomer tersebut. Pengujian untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* = $n-k$ dengan sig 0,05. Suatu kuisiomer dikatakan valid apabila:

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuisiomer dinyatakan valid.

$r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuisiomer dinyatakan tidak valid.¹⁸

Instrumen dapat dikatakan valid mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan menghitung koefisien korelasi antara item skor dan total skor dalam taraf signifikan 0,05.

2) Uji Realibitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesiomer yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah

¹⁸ Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Cet.1*, 114.

konsisten. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka reliabel.¹⁹

b. Pengujian Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Dalam metode ini peneliti menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.²⁰

2) Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Dalam menentukan multikolinieritas ada beberapa metode uji yang digunakan yaitu:

¹⁹ Sunyoto, 110.

²⁰ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Islam Dengan SPSS Untuk Mahasiswa, Dosen, Dan Praktisi* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016), 108.

- a) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2). Dengan kriteria, apabila $r^2 > R^2$ maka terjadi multikolinieritas dan sebaliknya apabila $r^2 < R^2$ maka tidak terjadi multikolinieritas.
 - b) Dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation factor* (VIF) pada model regresi. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
- 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode yang digunakan adalah uji *glejser* dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Dengan kriteria, apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual (t dengan probabilitas sig) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat pada tabel *coefficients*.²¹

²¹ Purnomo, 125.

4) Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah linier atau tidak. Uji linearitas umumnya digunakan sebagai persyaratan analisis bila data penelitian akan analisis menggunakan regresi linear sederhana atau regresi linear berganda. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel-variabel bebas dan variabel terikat penelitian tersebut terletak pada suatu garis lurus atau tidak. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Apabila nilai *sig.deviation from linearity* $>0,05$ maka terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel.
- b) Apabila nilai *sig.deviation from linearity* $<0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel.²²

5) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t dengan periode t sebelumnya. Secara praktis, bisa dikatakan bahwa nilai residu yang ada tidak berkorelasi satu dengan yang lain. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem

²² I Wayan Widana and Putu Lia Muliani, *Uji Persyaratan Analisis* (Lumajang: Klik Media, 2020), 47.

autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.²³ Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut:

- a) $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi
- b) $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi
- c) $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.²⁴

c. Analisis Regresi Linier Ganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variable independen terhadap satu variable dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.²⁵ Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus. Dengan rumus yang sebagai berikut:²⁶

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

²³ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018), 205.

²⁴ Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Islam Dengan SPSS Untuk Mahasiswa, Dosen, Dan Praktisi*, 123.

²⁵ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang: University Press, 2012), 13.

²⁶ Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Islam Dengan SPSS Untuk Mahasiswa, Dosen, Dan Praktisi*, 171.

Dimana:

Y: Nilai prediksi variabel dependen

α : konstanta

$b_1 b_2 b_3$: koefisien regresi, dimana variabel mengalami penurunan (-) atau peningkatan (+)

X_1 : variabel independent, kemudahan penggunaan *webform*

X_2 : variabel independent, pengetahuan tentang *webform*

X_3 : variabel independent, tingkat pendidikan

d. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Dalam regresi linier berganda, hal ini perlu dilakukan karena masing-masing variabel independent memberi pengaruh yang berbeda dalam model.²⁷ Uji t dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:²⁸

(1) Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

(2) Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

²⁷ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Linier Dasar Dan Penerapan Dengan R* (Jakarta: Kencana, 2016), 95.

²⁸ Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015), 162.

2) Uji F

Uji f ini dilakukan untuk mengetahui variabel independen apakah berpengaruh signifikan secara keseluruhan (simultan) terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya adalah signifikan, maka dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.²⁹ Uji F dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:³⁰

(1) Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

(2) Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_1 (kemudahan), X_2 (pengetahuan produk), X_3 (tingkat pendidikan) terhadap Y (kepuasan nasabah pengguna *webform*).³¹ Nilai adjusted R^2 yang lebih kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Kriteria pengujian analisis determinasi yaitu:

- a. Apabila R square di atas 0,05 maka dapat dikatakan baik.

²⁹ Kurniawan, *Analisis Regresi Linier Dasar Dan Penerapan Dengan R*, 96-97.

³⁰ Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 164.

³¹ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 396.

- b. Apabila R Square di bawah 0,05 maka dapat dikatakan kurang baik.



BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia tentu memiliki potensi dalam keuangan syariah yang cukup menjanjikan di masa depan. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pertumbuhan ekosistem industri halal di Indonesia. Ekosistem industri halal di Indonesia termasuk di dalamnya yaitu Bank Syariah. Bank Syariah dalam ekosistem industri halal, memainkan peran penting sebagai fasilitator dari semua kegiatan ekonomi. Selama tiga dekade terakhir, telah terjadi peningkatan dan perkembangan yang signifikan dari sektor perbankan syariah di Indonesia. Dari tahun ke tahun, terdapat tren positif dalam inovasi produk, peningkatan layanan, dan pengembangan jaringan. Bahkan, keinginan untuk bergerak cepat juga tercermin dari berbagai aksi korporasi yang dilakukan oleh Bank Syariah. Tak terkecuali bank syariah milik BUMN Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.¹

¹ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, (diakses pada tanggal 19 Maret 2023, 09.30).

Penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah ke dalam Bank Syariah Indonesia (BSI) berlangsung pada tanggal 1 Februari 2021 yang jatuh pada tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. Keunggulan ketiga bank syariah tersebut akan digabungkan dalam penggabungan ini untuk memberikan kapasitas permodalan yang lebih baik, jangkauan yang lebih luas, dan pelayanan yang lebih lengkap. Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing secara global berkat sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, dan BRI) dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN.² Ide penggabungan ketiga bank syariah tersebut adalah untuk mewujudkan sebuah bank syariah yang dapat dibanggakan oleh masyarakat. Bank baru ini diharapkan menjadi sumber energi baru bagi pertumbuhan ekonomi nasional dan dapat membantu masyarakat secara keseluruhan. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Berdirinya BSI diresmikan melalui surat yang dikeluarkan oleh OJK. Surat yang dirilis dengan nomor:SR-3/PB.1/2021 perihal Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk serta Izin Perubahan Nama dengan Menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI Syariah Tbk Menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BRIS)

² Muzakir and Said Abadi, "Efektivitas Publisitas Produk Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ponorogo)," *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 1 (2022): 45.

sebagai Bank Hasil Penggabungan. Dengan dikeluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep Syariah dan penggabungan dari 3 bank pembentuknya.³

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta sebelumnya merupakan Bank Mandiri Syariah Ponorogo. Bank ini berdiri sejak tahun 2005. Kantor Cabang Pembantu ini beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta No 216, Ponorogo, Jawa Timur.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo

a. Visi

Menjadi top sepuluh bank syariah global berdasarkan kapotalisasi pasar dalam waktu lima tahun.

b. Misi

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

³ Riza Dian Kurnia, "Bank Syariah Indonesia: Sejarah Merger, Saham, Hingga Tujuan," <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia/>, (diakses pada tanggal 19 Maret 2023 pukul 09.45).

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo

Tabel 4.1

**Struktur Organisasi Bank syariah Indonesia Kantor Cabang
Pembantu Ponotogo Soetta**

No	Nama	Jabatan
1.	Muh. Hasbi Kamarudin	<i>Branch Manager</i>
2.	Noviana Putri N	<i>Branch Operational & Service Manager</i>
3.	Arif Mufida	<i>Micro Relationship & Marketing Team Leader</i>
4.	Dyah Ayu Prabandari	<i>Cunsomer Bussines RM</i>
5.	Irma Novitasari	<i>Consumer Bussines Staff</i>
6.	Afrida Asna Rufiani	<i>Pawning Sales Officer</i>
7.	Ahmad Susanto	<i>Funding & Transaction Staf</i>
8.	Siti Nur Aisyah	<i>Operation Staff</i>
9.	Annisa Izzatul Ulya	<i>Customer Service</i>
10.	Novita Anggrainai	<i>Teller</i>
11.	Yuli Jumiarti	<i>Pawning Appraisal</i>

Sumber data: Noviana Putri N, 2023

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Dalam penelitian validitas instrument, peneliti menggunakan sampel sebanyak 30 responden dengan jumlah pernyataan 26 butir yang diambil dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Dapat dikatakan valid apabila satu butir pernyataan memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Namun apabila r_{hitung} kurang dari r_{tabel} maka

pernyataan yang ada dalam kuisioner dikatakan tidak valid. Pengujian dilakukan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic versi 21*. Sehingga diperoleh hasil dalam tabel berikut.

a. Uji Validitas Kemudahan

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Kemudahan

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,808	0,361	Valid
2.	0,924	0,361	Valid
3.	0,843	0,361	Valid
4.	0,924	0,361	Valid
5.	0,831	0,361	Valid
6.	0,780	0,361	Valid
7.	0,901	0,361	Valid
8.	0,877	0,361	Valid

Sumber: Olah data SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.2 bahwa r_{hitung} pada variabel kemudahan terdiri dari 8 item pernyataan. Setelah dilakukan uji validitas diperoleh bahwa 8 item diperoleh hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau 0,361 dengan tingkat signifikan 5%. Artinya semua item pernyataan yang digunakan adalah valid. Sehingga masing-masing pernyataan dalam variabel kemudahan dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai instrument penelitian ini.

b. Uji Validitas Pengetahuan Produk

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,807	0,361	Valid
2.	0,848	0,361	Valid
3.	0,852	0,361	Valid
4.	0,795	0,361	Valid
5.	0,864	0,361	Valid
6.	0,733	0,361	Valid

Sumber: *Olah data SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.3 bahwa r_{hitung} pada variabel pengetahuan produk terdiri dari 6 item pernyataan. Setelah dilakukan uji validitas diperoleh bahwa 6 item diperoleh hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau 0,361 dengan tingkat signifikan 5%. Artinya semua item pernyataan yang digunakan adalah valid. Sehingga masing-masing pernyataan dalam variabel pengetahuan produk dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai instrument penelitian ini.

c. Uji Validitas Tingkat Pendidikan

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Tingkat Pendidikan

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,759	0,361	Valid
2.	0,945	0,361	Valid

3.	0.945	0,361	Valid
4.	0,933	0,361	Valid
5.	0,933	0,361	Valid
6.	0,933	0,361	Valid

Sumber: *Olah data SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.4 bahwa r_{hitung} pada variabel tingkat pendidikan terdiri dari 6 item pernyataan. Setelah dilakukan uji validitas diperoleh bahwa 6 item diperoleh hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau 0,361 dengan tingkat signifikan 5%. Artinya semua item pernyataan yang digunakan adalah valid. Sehingga masing-masing pernyataan dalam variabel tingkat pendidikan dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai instrument penelitian ini.

d. Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,879	0,361	Valid
2.	0,953	0,361	Valid
3.	0.830	0,361	Valid
4.	0,945	0,361	Valid
5.	0,947	0,361	Valid
6.	0,931	0,361	Valid

Sumber: *Olah data SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.5 bahwa r_{hitung} pada variabel pengetahuan produk terdiri dari 6 item pernyataan. Setelah dilakukan uji validitas diperoleh bahwa 6 item diperoleh hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau 0,361 dengan tingkat signifikan 5%. Artinya semua item pernyataan yang digunakan adalah valid. Sehingga masing-masing pernyataan dalam variabel pengetahuan produk dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai instrument penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas variabel kemudahan (X1), pengetahuan produk (X2), tingkat pendidikan (X3) dan kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas
Variabel X₁, X₂, X₃ dan Y

No	Variabel	Alpha Hitung	Alpha Cronbach	Keterangan
1.	X ₁	0,948	0,60	Reliabel
2.	X ₂	0,829	0,60	Reliabel
3.	X ₃	0,957	0,60	Reliabel
4.	Y	0,960	0,60	Reliabel

Sumber: olah data SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X₁) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar $0,948 > 0,60$. Pengujian reliabilitas variabel

pengetahuan produk (X_2) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,829 > 0,60. Pengujian realibitas variabel tingkat pendidikan (X_3) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,957 > 0,60. Pengujian realibitas variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,960 > 0,60. Artinya semua pernyataan yang digunakan untuk semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini membuktikan bahwa butir pernyataan pada instrument tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian.

C. Hasil Pengujian Deskripsi

1. Hasil Pengujian Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponoropo Soetta. Adapun deskripsi responden akan diuraikan secara deskriptif dalam bentuk tabel. Berikut uraian data responden dalam penelitian ini.

a. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.7

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin

		Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid n	Laki-laki	38	38.0	38.0	38.0
	Perempua n	62	62.0	62.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Sumber: *olah data SPSS 21*

Hasil tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 38 orang dengan presentase 38% sedangkan responden perempuan sebanyak 62 orang dengan presentase 62%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta mayoritas berjenis perempuan.

b. Deskripsi Berdasarkan Usia

Tabel 4.8

Responden Berdasarkan Usia

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-25 tahun	54	54.0	54.0	54.0
26-33 tahun	10	10.0	10.0	64.0
34-41 tahun	11	11.0	11.0	75.0
42-49 tahun	17	17.0	17.0	92.0
50-56 tahun	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

olah data SPSS 21

Hasil tabel 4.8 menunjukkan bahwa responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 54 orang dengan presentase 54%, responden yang berusia 26-33 tahun sebanyak 10 orang dengan presentase 10%, responden yang berusia 34-41 tahun sebanyak 12 orang dengan presentase 12%, responden yang berusia 42-49 tahun sebanyak 17 orang dengan presentase 17%, responden yang berusia 50-56 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase 8%, Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta mayoritas berusia 18-25 tahun.

c. Deskripsi Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.9
Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SLTP/ sederajat	1	1.0	1.0	1.0
SLTA/ sederajat	61	61.0	61.0	62.0
Akademi/ Diploma/ sede rajat	15	15.0	15.0	77.0
Sarjana	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: olah data SPSS 21

Hasil tabel 4.9 menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir SLTP/ sederajat sebanyak 1 orang dengan presentase 1%, responden yang memiliki pendidikan terakhir SLTA/ sederajat sebanyak 61 orang dengan presentase 61%, responden yang memiliki pendidikan terakhir Akademi/ Diploma/ sederajat sebanyak 15 orang dengan presentase 15%, responden yang memiliki pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 23 orang dengan presentase 23%, Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta mayoritas memiliki Pendidikan terakhir SLTA sederajat.

d. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.10

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	9	9.0	9.0	9.0
TNI/Polri	10	10.0	10.0	19.0
Karyawan swasta	17	17.0	17.0	36.0
Wiraswasta	16	16.0	16.0	52.0
Pelajar/Mahasiswa	35	35.0	35.0	87.0
Lainnya	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *data diolah SPSS 21*

Hasil table 4.10 menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan PNS sebanyak 9 orang dengan presentase 9%, responden yang memiliki pekerjaan TNI/Polri sebanyak 10 orang dengan presentase 10%, responden yang memiliki pekerjaan karyawan swasta sebanyak 17 orang dengan presentase 17%, responden yang memiliki pekerjaan wiraswasta sebanyak 16 orang dengan presentase 16%, responden. Kemudian responden sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 35 orang atau dengan presentase 35% dan nasabah yang memilih lainnya dalam hal ini bisa disebut sebagai petani sebanyak 13 orang dengan presentase 13%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta mayoritas masih pelajar/mahasiswa.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Metode dalam penelitian ini peneliti

menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov*. Dengan ketentuan apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal sedangkan apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Table 4.11
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	1.47288088
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.651
Asymp. Sig. (2-tailed)		.790

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: *data diolah SPSS 21*

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa hasil nilai asymp. Sig sebesar 0,790 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variable dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel terikat apakah linier atau tidak. Dalam pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat Nilai Inflation Factor (VIF) pada model regresi. Dengan kriteria apabila nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance 0,10. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.904	2.369		1.226	.223		
1 Kemudahan	.214	.071	.263	3.000	.003	.683	1.465
Pengetahuan Produk	.445	.095	.416	4.689	.000	.666	1.502
Tingkat Pendidikan	.155	.069	.185	2.254	.026	.782	1.279

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah SPSS 21

Berdasarkan table 4.12 menunjukkan bahwa Nilai Inflation Factor (VIF) pada variabel kemudahan (X1) sebesar 1,465 sedangkan variabel pengetahuan produk (X2) sebesar 1,502

dan tingkat pendidikan (X3) sebesar 1,279 artinya nilai VIF dari ketiga variabel tersebut kurang dari 10 dan nilai tolerance kurang dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas dan tidak ditemukan korelasi antar variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan varian residual pada model regresi. Metode yang digunakan pada pembahasan ini dilakukan dengan menggunakan uji *glejser* dengan cara meregresi absolut residual. Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi variabel bebas terhadap variabel bebs lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4.13

Hasil Uji Heterokesdasitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.218	1.463		.832	.407
	Kemudahan	-.071	.044	-.196	-1.617	.109
	Pengetahuan	.086	.059	.181	1.470	.145
	Produk					

Tingkat Pendidikan	.005	.042	.014	.122	.903
--------------------	------	------	------	------	-------------

a. Dependent Variable: Harga_Mutlak_Residual

Sumber: data diolah SPSS 22

Berdasarkan table 4.13 menunjukkan bahwa hasil uji heterokedastisitas diperoleh hasil bahwa nilai signifikan dari variabel kemudahan (X1) sebesar $0,109 > 0,05$ sedangkan variabel pengetahuan produk (X2) sebesar $0,145 > 0,05$ dan nilai variabel tingkat pendidikan (X3) sebesar $0,903 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah linier atau tidak. Dengan kriteria apabila nilai *sig.devuation from linierity* $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linier antara dua variabel sebaliknya apabila nilai *sig.devuation from linierity* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linier antara dua variabel.

Tabel 4.14

Hasil Uji Linieritas X1

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kemudahan	158.374	9	17.597	5.914	.000
Between Groups (Combined)					

Linearity	132.220	1	132.220	44.438	.000
Deviation from Linearity	26.154	8	3.269	1.099	.372
Within Groups	267.786	90	2.975		
Total	426.160	99			

Sumbet: olah data SPSS 21

Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai *deviation From Linierity* variabel kemudahan (X1) sebesar $0,372 > 0,05$.

Tabel 4.15
Hasil Uji Linieritas X2

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	188.481	8	23.560	9.020	.000
Between Groups	171.115	1	171.115	65.515	.000
Deviation from Linearity	17.366	7	2.481	.950	.473
Within Groups	237.679	91	2.612		
Total	426.160	99			

Sumber: olah data SPSS 21

Tabel 4.15 diketahui bahwa nilai *Deviation from Linearity* variabel pengetahuan produk sebesar $0,437 > 0,05$.

Tabel 4.16
Uji Linieritas X3

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Tingkat Pendidikan	(Combined)		100.027	8	12.5039	3.489	.001
	Between Groups	Linearity	91.629	1	91.62967	25.567	.000
		Deviation from Linearity	8.398	7	1.200335	.335	.936
	Within Groups		326.133	91	3.584		
	Total		426.160	99			

Sumber: olah data SPSS21

Tabel 4.16 diketahui bahwa nilai *Deviation from Linearity* variabel tingkat pendidikan sebesar $0,936 > 0,05$.

Berdasarkan uraian diatas nilai *Deviation from Linearity* dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05 dapat diasumsikan bahwa kemudahan terhadap kepuasan nasabah, pengetahuan terhadap kepuasan nasabah dan tingkat Pendidikan terhadap kepuasan nasabah memiliki hubungan yang linier.

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pada periode t dengan kesalahan pada periode t sebelumnya. Adapun untuk mengetahui autokorelasi dengan Durbin Watson memiliki ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari dl atau lebih besar dari $(4-dl)$, maka hipotesis 0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara du dan $(4-du)$, maka hipotesis 0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika d terletak antara dl dan du atau diantara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti

Tabel 4.17

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.704 ^a	.496	.480	1.496	2.202

a. Predictors: (Constant), Tingkat Pendidikan, Kemudahan, Pengetahuan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

er: olah data SPSS 21

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 2,202. Untuk mengetahui terdapat autokorelasi atau tidak terlebih dahulu dihitung du dan dl sebagai berikut ini.

Du	4-du	DW
1,736	2,264	2,202

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai $dU = 1,736$, $4-du = 2,264$, dan nilai $DW = 2,202$. Apabila dimasukkan kedalam rumus kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut:

$$= dU < DW < 4-du$$

$$= 1,736 < 2,202 < 2,264$$

Karena DW terletak diantara du dan $4-du$ dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 diterima, yang berarti tidak ada masalah autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan (X_1), kemudahan (X_2), dan tingkat pendidikan (X_3) terhadap kepuasan nasabah. Adapun rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Tabel 4.18
Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.904	2.369		1.226	.223
1 Kemudahan	.214	.071	.263	3.000	.003
Pengetahuan	.445	.095	.416	4.689	.000
Produk					
Tingkat Pendidikan	.155	.069	.185	2.254	.026

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: olah data SPSS 21

Berdasarkan Tabel 4.18 hasil uji regresi linear berganda diperoleh model regresi berganda yaitu:

$$Y = 2,904 + 0,214 X_1 + 0,445 X_2 + 0,155 X_3$$

Maka dari hasil persamaan regresi linear berganda di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 2,904. Hal ini berarti, jika variabel kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan dianggap konstan atau tetap (0), maka tingkat kepuasan nasabah sebesar 2,904.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan bernilai positif sebesar 0,214. Hal ini berarti, jika kemudahan ditingkatkan dan

variabel lainnya dianggap tetap maka akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta sebesar 0,214. Artinya kemudahan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *webform* sebesar 21,4%.

c. Nilai koefisien pengetahuan produk bernilai positif sebesar 0,445. Hal ini berarti, jika pengetahuan produk ditingkatkan satu satuan dan variabel lainnya dianggap tetap maka akan meningkatkan kepuasan nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta sebesar 0,445. Artinya variabel pengetahuan produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *webform* sebesar 44,5%

d. Nilai koefisien tingkat pendidikan bernilai positif sebesar 0,155. Hal ini berarti, jika tingkat pendidikan ditingkatkan satu satuan dan variabel lainnya dianggap tetap maka akan meningkatkan kepuasan nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan *webform* di BSI KCP Ponorogo Soetta sebesar 0,155. Artinya variabel tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *webform* sebesar 15,5%

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t disebut juga sebagai uji parsial, merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Pengambilan kesimpulannya dengan melihat nilai sig dibandingkan dengan nilai α (0,05).

Tabel 4.19
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.904	2.369		1.226	.223
1 Kemudahan	.214	.071	.263	3.000	.003
Pengetahuan	.445	.095	.416	4.689	.000
Produk					
Tingkat Pendidikan	.155	.069	.185	2.254	.026

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: olah data SPSS 21

Berdasarkan Tabel 4.19 hasil uji t (parsial), untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

1. Nilai t hitung kemudahan sebesar 3,000 dengan signifikansi 0,03 dan nilai t tabel 1,661 maka $t_{hitung} > t$

tabel atau $3,000 > 1,661$ artinya kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Nilai t hitung pengetahuan produk sebesar 4,689 dengan signifikansi 0,00 dan nilai t tabel 1,661 maka t hitung $> t$ tabel atau $4,689 > 1,661$ artinya pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Nilai t hitung tingkat pendidikan sebesar 2,254 dengan signifikansi 0,26 dan nilai t tabel 1,661 maka t hitung $> t$ tabel atau $2,254 > 1,661$ artinya tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dikenal dengan uji serentak dilakukan untuk mengetahui variabel independent apakah berpengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh yang terjadi dilakukan dengan membandingkan signifikansi dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari derajat kepercayaan ($\text{sig} < 0,05$), berarti variabel bebas secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.20
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211.392	3	70.464	31.497	.000^b
	Residual	214.768	96	2.237		
	Total	426.160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Tingkat Pendidikan, Kemudahan, Pengetahuan Produk

Sumber: olah data SPSS 21

Berdasarkan Tabel 4.20 hasil uji F (Uji Simultan) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga secara simultan H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. Dengan demikian variabel kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X_1 (kemudahan), X_2 (pengetahuan produk), X_3 (tingkat pendidikan) terhadap Y (kepuasan nasabah pengguna *webform*). Adapun hasil analisis

determinasi (R^2) yang telah di uji dengan alat SPSS 21 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.21
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.480	1.496

a. Predictors: (Constant), Tingkat Pendidikan, Kemudahan, Pengetahuan Produk

Sumber: *olah data SPSS 21*

Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,704 menunjukkan bahwa kemudahan, pengetahuan produk dan tingkat pendidikan secara Bersama-sama memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan nasabah. Untuk nilai *R square* yang diperoleh sebesar 0,496 memiliki arti bahwa kemudahan pengetahuan produk mampu menjelaskan variasi dari kepuasan nasabah sebesar 49,6% dan sisanya sebesar 50,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna

Webform Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dengan menggunakan alat SPSS 21 sehingga dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel kemudahan sebesar 3,000 sehingga $t_{hitung} = 3,000 > t_{tabel} = 1,661$ dengan nilai signifikan $0.003 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Selain itu berikut ini ditunjukkan dengan deskripsi responden terkait variabel kemudahan sebagai berikut:

Tabel 4.22

Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kemudahan

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Kesimpulan
1	Sangat Setuju	26	26,0%	Mayoritas responden setuju menggunakan <i>webform</i> BSI karena mudah dipelajari
	Setuju	70	70,0%	
	Netral	4	4,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
2	Sangat Setuju	30	30,0%	Mayoritas responden setuju menggunakan <i>webform</i> BSI karena mudah
	Setuju	69	69,0%	
	Netral	1	1,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	

	Total	10	100	digunakan
3	Sangat Setuju	37	37,0%	Mayoritas responden setuju menggunakan <i>webform</i> BSI karena tampilannya mudah dimengerti
	Setuju	63	63%	
	Netral	0	0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
4	Sangat Setuju	33	33,0%	Mayoritas responden setuju menggunakan <i>webform</i> BSI karena bisa
	Setuju	67	67,0%	
	Netral	0	0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
5	Sangat Setuju	30	30,0%	Mayoritas responden setuju fitur dalam <i>webform</i> BSI mudah dijalankan dan tidak rumit
	Setuju	68	68,0%	
	Netral	2	2,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
6	Sangat Setuju	30	30,0%	Mayoritas responden setuju menggunakan <i>webform</i> BSI karena simpel dan mudah dipelajari
	Setuju	68	68,0%	
	Netral	2	2,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
7	Sangat Setuju	22	22,0%	Mayoritas responden setuju
	Setuju	74	74,0%	

	Netral	4	4,0%	menggunakan <i>webform</i> karena mudah dalam pengoperasiannya
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
8	Sangat Setuju	33	33,0%	Mayoritas responden setuju bahwa <i>webform</i> BSI bisa digunakan kapanpun dan dimanapun
	Setuju	67	67,0%	
	Netral	0	0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	

Berdasarkan tabel deskripsi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa indikator yang paling terbanyak terletak di nomer 7 yaitu mudah pengoperasiannya dengan presentase 74% dimana nasabah setuju bahwa *webform* BSI ini mudah dalam mengoperasikan. Sedangkan pada nomer 1 yaitu indikator mudah dipelajari dengan presentase 70% dimana nasabah setuju bahwa dalam menggunakan *webform* BSI ini mudah untuk dipelajari. Nomer 2 yaitu indikator mudah dipelajari dengan presentase 69% dimana nasabah setuju bahwa dalam menggunakan *webform* BSI ini mudah digunakan. Nomer 3 yaitu indikator mudah dipahami dengan presentase 63% dimana nasabah menggunakan *webform* BSI karena tampilannya mudah dimengerti. Nomer 4 yaitu indikator mudah dipahami dengan presentase 67% dimana nasabah menggunakan *webform* BSI karena bisa penggunaannya. Nomer 5 dan 6 yaitu indikator simpel dengan presentase 68% dimana

nasabah menggunakan *webform* BSI karena fiturnya mudah dijalankan dan tidak rumit, selain itu *webform* BSI simpel dan mudah dipelajari. Dan nomer 8 yaitu dengan indikator mudah pengoperasiannya dengan presentase 67% dimana nasabah bisa menggunakan *webform* BSI dimanapun dan kapanpun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh All Ghaniyyu Wahyu Suryanti dengan judul Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Kota Gubug, Grobogan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.⁴

Dari uraian di atas maka hipotesis pertama diterima bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

2. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dengan menggunakan alat SPSS 21 sehingga dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel

⁴ All Ghaniyyu Wahyu Suryanti, "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Pengguna Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Kota Gubug, Grobogan)" (*Skripsi*, Semarang, Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2022).

kemudahan sebesar 4,689 sehingga memiliki $t_{hitung} = 4,689 > t_{tabel} = 1,661$ dengan nilai signifikan $0.000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Selain itu berikut ini ditunjukkan dengan deskripsi responden terkait variabel kemudahan sebagai berikut:

Tabel 4.23
Dskripsi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan Produk

No	Ketegori	Frekuensi	Presentase	Kesimpulan
1	Sangat Setuju	23	23,0%	Mayoritas responden setuju tentang karakteristik <i>webform</i> BSI
	Setuju	71	71,0%	
	Netral	5	5,0%	
	Tidak Setuju	1	1,0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
2	Sangat Setuju	36	36,0%	Mayoritas responden setuju dengan fasilitas <i>webform</i> BSI
	Setuju	64	64,0%	
	Netral	1	1,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	10	100	
3	Sangat Setuju	36	36,0%	Mayoritas responden setuju dengan manfaat <i>webform</i> BSI
	Setuju	64	64%	
	Netral	0	0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	

	Total	100	100%	
4	Sangat Setuju	41	41,0%	Mayoritas responden setuju dengan kegunaan fitur-fitur yang ada di <i>webform</i> BSI
	Setuju	57	57,0%	
	Netral	2	2,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
5	Sangat Setuju	36	36,0%	Mayoritas responden setuju <i>webform</i> BSI mudah dalam menjalankan transaksi
	Setuju	63	63,0%	
	Netral	1	1,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
6	Sangat Setuju	35	35,0%	Mayoritas responden setuju memahami bagaimana cara mengisi <i>webform</i>
	Setuju	62	62,0%	
	Netral	3	3,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	

Berdasarkan tabel deskripsi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa indikator yang paling terbanyak terletak di nomer 1 yaitu indikator karakteristik produk dengan presentase 71% dimana nasabah setuju bahwa nasabah mengetahui karakteristik dari *webform* BSI tersebut. Sedangkan pada nomer 2 dan 3 yaitu indikator karakteristik produk dan manfaat produk dengan presentase 64% dimana nasabah setuju bahwa di Bank Syariah Indonesia terdapat fasilitas *webform* BSI dan nasabah mengerti, mengetahui manfaat dari *webform* BSI. Nomer 4

yaitu indikator manfaat produk dengan presentase 57% dimana nasabah setuju bahwa nasabah mengetahui kegunaan dari fitur-fitur *webform* BSI. Nomer 5 yaitu indikator kepuasan produk dengan presentase 63% dimana nasabah setuju dengan mudah dapat menjalankan transaksi di *webform* BSI. Nomer 6 yaitu indikator kepuasan produk dimana nasabah setuju memahami cara mengisi *webform*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dinni Fadhila dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Kepuasan Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pondok Indah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.⁵

Dari uraian di atas maka hipotesis kedua diterima bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

3. Pengaruh Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Webform* Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dengan menggunakan alat SPSS 21 sehingga dapat diketahui nilai t_{hitung} untuk variabel tingkat pendidikan sebesar 2,254 sehingga $t_{hitung} = 2,254 > t_{tabel} = 1,661$ dengan nilai signifikan $0.026 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a

⁵ Dinni Fadhila, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Kepuasan Pada Bank MUamalat Indonesia Cabang Pondok Indah" (*Skripsi*, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017).

diterima, artinya tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Selain itu berikut ini ditunjukkan dengan deskripsi responden terkait variabel kemudahan sebagai berikut:

Tabel 4.24
Deskripsi Jawaban Responden Variabel Tingkat Pendidikan

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Kesimpulan
1	Sangat Setuju	27	27,0%	Mayoritas responden setuju bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan semakin mudah menggunakan <i>webform</i>
	Setuju	70	70,0%	
	Netral	3	3,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
2	Sangat Setuju	25	25,0%	Mayoritas responden setuju tingkat pendidikan yang ditempuh dapat memberikan pengetahuan tentang layanan <i>webform</i>
	Setuju	72	72,0%	
	Netral	3	3,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	10	100	
3	Sangat Setuju	25	25,0%	Mayoritas responden setuju dengan
	Setuju	73	73,0%	
	Netral	2	2,0%	

	Tidak Setuju	0	0%	penndidikan keagamaan yang ditempuh dapat mempengaruhi dalam menggunakan layanan BSI
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
4	Sangat Setuju	29	29,0%	Mayoritas responden setuju dengan penndidikan akademis yang ditempuh dapat mempengaruhi dalam memberikan informasi layanan <i>webform</i> BSI
	Setuju	70	70,0%	
	Netral	1	1,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
5	Sangat Setuju	27	27,0%	Mayoritas responden setuju melalui tingkat pendidikan dapat mengoperasikan <i>webform</i> dengan hp, tab dan laptop
	Setuju	72	72,0%	
	Netral	1	1,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
6	Sangat Setuju	26	26,0%	Mayoritas responden setuju melalui media elektronik dapat memahami
	Setuju	73	73,0%	
	Netral	1	1,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	

	Total	100	100%	kelebihan dari menggunakan <i>webform</i> BSI
--	--------------	-----	------	---

Berdasarkan tabel deskripsi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa indikator yang paling terbanyak terletak di nomer 3 dan 6 yaitu indikator kesesuaian dengan jurusan dan kemampuan yang dimiliki dengan presentase 73% dimana nasabah setuju bahwa pendidikan keagamaan yang dimiliki nasabah mempengaruhi dalam menggunakan layanan *webform* BSI. Sedangkan pada nomer 1 yaitu indikator jenjang pendidikan dengan presentase 70% dimana nasabah semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh nasabah semakin mudah pula menggunakan *webform*. Nomer 2 dan 5 yaitu indikator jenjang pendidikan kemampuan yang dimiliki dengan presentase 72% dimana nasabah setuju bahwa tingkat pendidikan yang ditempuh memberikan pengetahuan tentang layanan *webform* bank syariah dan bisa mengoperasikan *webform* menggunakan tab, hp, dan laptop.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Atira dengan judul Pengaruh Jenis Kelamin, Usia, Tingkat Pendidikan, Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Bank Syariah Di Kota Yogyakarta). Hasil penelitian

menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.⁶

Dari uraian di atas maka hipotesis ketiga diterima bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna webform di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

4. Pengaruh Kemudahan, Pengetahuan Produk, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Webform Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Setelah dilakukan uji F dengan menggunakan alat bantu SPSS 21 maka secara simultan variabel kemudahan, pengetahuan produk, dan tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan $< 0,05$ dengan nilai $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima yang berarti bahwa kemudahan, pengetahuan produk, dan tingkat pendidikan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Selain itu berikut ini merupakan deskripsi jawaban responden terkait variabel kepuasan nasabah:

⁶ Atira, "Pengaruh Jenis Kelamin, Usia, Tingkat Pendidikan, Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Bank Syariah Di Kota Yogyakarta)" *Skripsi* (Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2019).

Tabel 4.25
Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Kesimpulan
1	Sangat Setuju	20	20,0%	Mayoritas responden setuju menggunakan <i>webform</i> BSI
	Setuju	79	79,0%	
	Netral	1	1,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
2	Sangat Setuju	34	34,0%	Mayoritas responden setuju layanan <i>webform</i> sesuai dengan harapannya
	Setuju	65	65,0%	
	Netral	1	1,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
3	Sangat Setuju	33	33,0%	Mayoritas responden setuju menggunakan <i>webform</i> BSI dan akan menggunakan secara berulang-ulang
	Setuju	63	63,0%	
	Netral	4	4,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
4	Sangat Setuju	30	30,0%	Mayoritas responden setuju merasa puas dan akan menggunakan kembali setiap transaksi
	Setuju	67	67,0%	
	Netral	3	3,0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
5	Sangat Setuju	30	30,0%	Mayoritas responden setuju
	Setuju	69	69,0%	

	Netral	1	1,0%	merasa puas dan akan merekomendasikan kepada nasabah lain
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	
6	Sangat Setuju	35	35,0%	Mayoritas responden setuju untuk mengajak nasabah lain agar bertransaksi menggunakan <i>webform</i> BSI
	Setuju	65	65,0%	
	Netral	0	0%	
	Tidak Setuju	0	0%	
	Sangat Tidak Setuju	0	0%	
	Total	100	100%	

Berdasarkan tabel deskripsi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa indikator yang paling banyak terletak di nomer 1 yaitu indikator kesesuaian harapan dengan presentase 79% dimana nasabah setuju bahwa nasabah puas menggunakan *ebform* BSI. Sedangkan pada nomer 2 yaitu indikator kesesuaian harapan dengan presentase 65% dimana nasabah setuju bahwa layanan yang dimiliki oleh bank syariah yaitu *webform* sesuai dengan harapannya Nomer 3 yaitu indikator menggunakan kembali dengan presentase 63% dimana nasabah setuju menggunakan *webform* BSI dan akan menggunakan secara berulang-ulang. Nomer 4 yaitu indikator menggunakan kembali dengan presentase 67% dimana nasabah setuju menggunakan *webform* BSI dan akan menggunakan kembali pada saat melakukan transaksi. Nomer 5 yaitu indikator merekomendasikan kembali dengan presentase 69%

dimana nasabah setuju bahwa nasabah puas menggunakan *webform* dan akan merekomendasikan kembali kepada nasabah lainnya. Nomer 6 yaitu indikator merekomendasikan kembali dengan presentase 65% dimana nasabah setuju untuk mengajak nasabah lain agar bertransaksi menggunakan *webform* BSI.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Amalia dan Anna Zakiyah Hastriana dengan judul Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan, dan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi (Studi Kasus Pada BSI KCP Sumenep). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemanfaatan, kemudahan, fitur dan keamanan *m-banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi pada Bank Syariah KCP Sumenep.⁷ Penelitian yang dilakukan oleh Syuhada, Rahim Matondang dan Suwito dengan judul Pengaruh Runmersi dan Tingkat Pendidikan Karyawan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Hotel Saka). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh remunerasi dan pendidikan terhadap kepuasan kerja karyawan di hotel Saka Medan.⁸

Dari uraian di atas maka hipotesis pertama diterima bahwa kemudahan, pengetahuan produk, dan tingkat pendidikan berpengaruh

⁷ Putri Amalia and Ana Zakiyah Hastriana, "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, Dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)," *Alkasb: Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2022): 70–89.

⁸ Matondang, "Pengaruh Runermasi Dan Tingkat Pendidikan Karyawan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Hotel Saka)."

secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna webfrom di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan dari data yang diperoleh penulis melalui penelitian sebagaimana yang telah dibahas di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar daripada nilai t tabel, yaitu $3,000 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ yang menunjukkan adanya hubungan searah antara kemudahan (X_1) dan kepuasan nasabah (Y).
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan produk terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar daripada nilai t tabel, yaitu $4,689 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan adanya hubungan searah antara pengetahuan (X_2) dan kepuasan nasabah (Y).
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah

Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar daripada nilai t tabel, yaitu $2,254 > 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$ yang menunjukkan adanya hubungan searah antara kemudahan (X_3) dan kepuasan nasabah (Y).

4. Terdapat pengaruh kemudahan, pengetahuan produk, tingkat pendidikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah pengguna *webform* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan dari F hitung yang sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

B. Saran

Berdasarkan analisis data di atas, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta perlu memberikan cara-cara mengoperasikan *webform* dengan menggunakan tab agar nasabah tidak bergantung dengan satpam.
2. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta perlu meningkatkan lagi pengetahuan tentang menggunakan *webform* melalui pamflet.

3. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta hendaknya perlu memperhatikan tingkat pendidikan setiap nasabah agar setiap nasabah mampu mengisi *webform*.
4. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta perlu memperhatikan tampilan *webform* tersebut supaya semua nasabah yang berpendidikan tinggi maupun rendah dapat mengoperasikan *webform* sehingga dapat meningkatkan kepuasan.



DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen*. Sleman: Deepublish, 2012.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Jalaluddin, and Abdullah Idi. *Filsafat Pendidikan: Manusia Filsafat Dan Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: University Press, 2012.
- Jogiyanto. *Sistem Teknologi Keprilaku*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Juliandi, Azuar, Irfan, and Saorinal Manurung. *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS, 2014.
- Kotler, and Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2007.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Prenhalindo, 2008.
- . “Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas,” 140. Jakarta: Prenhalindo, 2008.
- Kurniawan, Robert. *Analisis Regresi Linier Dasar Dan Penerapan Dengan R*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Mamang Sangadji, Etta, and Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Islam Dengan SPSS Untuk Mahasiswa, Dosen, Dan Praktisi*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2016.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Santoso, Singgih. *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018.
- Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- Suhardjo. *Berbagai Cara Pendidikan Gizi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Sujarweni, Wiratna. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2015.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty, 2011.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sunyoto, Danang. *Metodelogi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik Dan Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: CAPS, 2011.
- . *Praktik SPSS Untuk Kasus Cet.1*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.
- Supranto, J. *Statistik: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Syahrum and Salim. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2014.
- Tirtarahardja, Umar, and La Sula. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Widana, I Wayan, and Putu Lia Muliani. *Uji Persyaratan Analisis*. Lumajang: Klik Media, 2020.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik*. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Zelvian Adhari, Iendy. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media, 2021.

Daftar Jurnal

- Amalia, Putri, and Ana Zakiyah Hastriana. “Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, Dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep), (2022), Putri Amalia, Anna Zakiyah Hastriana.” *Alkasb: Journal of Islamic Economics* 1, no. 1 (2022): 70–89.
- Davis, Fred D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly* 13, no. 3 (September 1989).
- Indiawati, Ni Putu Rita Arini. “Kepuasan Pengguna E-Banking Oleh Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Sebagai Nasabah Pt Bank Negara

- Indonesia (Persero), TBK Kantor Cabang Singaraja.” *Ekuitas Jurnal Pendidikan Ekonomi* 3, no. 1 (2015): 19–28.
- Massora, Agustina, and Indah Widayanti. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Thamrin Jakarta.” *Jurnal Manajemen FE-UB* 9, no. 1 (2021): 20–38.
- Muzakir, and Said Abadi. “Efektivitas Publisitas Produk Bank Syariah(Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ponorogo).” *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 1 (2022): 44–61.
- Nurarista, Erina Ayu, and Rachma Indrarini. “Pengaruh Product Knowledge Karyawan Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Di BTN KCS Surabaya.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 89.
- Nurhidayati, Maulida, and Novi Kurnia Cahyani. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna E-Channel Pada Nasabah BSI KCP Ponorogo.” *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2021): 146–57.
- Sanita, Santi, Aini Kusniawati, and Marlina Lestari. “Pengaruh Product Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention”.” *Journal Business and Entrepreneurship* 1, no. 3 (2019): 169–84.
- Sihaloho, Niki Silprihatin Roma Uli, and Irma Herliana. “Hubungan Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan Dengan Tingkat Kepuasan Pasien Di Ruang Rawat Inap Rumah Sakit Mitra Keluarga” 7, no. 2 (2017): 239–47.
- Suhayati, Yoannisa Fitrian. “Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 6 (2022): 1681–95.
- Syuhada, Rahim Matondang, and Suwito. “Pengaruh Runermasi Dan Tingkat Pendidikan Karyawan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus Pada Hotel Saka).” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (June 2018): 27.

Daftar Skripsi

- Atira. “Pengaruh Jenis Kelamin, Usia, Tingkat Pendidikan, Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Bank

Syariah Di Kota Yogyakarta).” Skripsi. Yogyakarta, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2019.

Fadhila, Dinni. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Kepuasan Pada Bank MUamalat Indonesia Cabang Pondok Indah.” Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017.

Rosanti, Dewi. “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Webform Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Mojokerto Mojopahit 1.” Skripsi. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, 2022.

Suryanti, All Ghaniyyu Wahyu. “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Pengguna Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Kota Gubug, Grobogan).” Skripsi, Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2022.

Daftar Wawancara

Afina. Wawancara, Desember 2022.

Indah. Wawancara, Desember 2022.

Misringah. Wawancara, Desember 2022.

Putri, Noviana. Wawancara, January 10, 2023

Daftar Internet

Bank Syariah Indonesia. “Tentang Kami Informasi Lengkap Tentang Bank Syariah Indonesia,” 2022. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>. (diakses pada tanggal 24 November 2022, jam 07.24 WIB)

<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (diakses pada 19 Maret 2023, jam 09.30)

<https://kalam.sindonews.com/surah/94/al-insyirah> (diakses pada tanggal 22 Maret 2023, jam 20.37 WIB)

Kurnia, Riza Dian. “Bank Syariah Indonesia: Sejarah Merger, Saham, Hingga Tujuan” <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia/> (diakases pada tanggal 19 Maret 2023, jam 09.45 WIB)

Portalilmu.com. “Cara Akses Dan Isi Webform BSI Untuk Transaksi Di Teller,” Desember 2022. <https://www.portalilmu.com/2022/04/cara-akses-dan->

<isi-webform-bsi-untuk.html>. (diakses pada tanggal 20 Desember 2022, jam 10.20 WIB)

Daftar Al-Qur'an

Al-Qur'an, 94:6

