ANALISIS PENGARUH LAYANAN MOBILE BANKING DAN INTERNET BANKING TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARIAH MANDIRI BATUSANGKAR

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar sarjana ekonomi (S1) pada jurusan perbankan syariah

OLEH:
HABIL FEBRIAN
3316.281

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKUTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN BUKITTINGGI

2020

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Segala puji beserta syukur, penulis ucapkan atas kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan taufik beserta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan *judul* ***(Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking dan Internet Banking Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar).*** Maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan di IAIN Bukittinggi, sekaligus menyelesaikan pendidikan di institut agama islam negeri (iain) bukittinggi. kemudian shalawat dan salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menyampaikan risalah Nya bagi umat manusia agar menempuh jalan hidup yang lebih baik sertadi ridhai Allah SWT..

Dengan terselesaikannya skripsi ini, maka penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi Yang Telah Memberikan Fasilitas Kepada Penulis Dalam Menuntut Dan Menimba Ilmu Pengetahuan
2. Bapak Dr. Iiz Izmudin, MA Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)
3. Ibu Sandra Dewi, SE., MM Sebagai Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Bapak Drs. Genta Sakti, M.A Selaku Pembimbing Akademik (PA) Yang Telah Memberikan Bimbingan dan Motivasi Kepada Penulis Dalam Menyelesaikan Pendidikan
5. Bapak Yuwarman Mansur, SE., MM, Ibu Sandra Dewi, SE., MM Selaku Pembimbing I Dan Pembimbing II Yang Telah Meluangkan Waktu Untuk Memberikan Arahan Dan Bimbingan Dalam Menyelesaikan Skripsi Ini

6. Bapak Dan Ibu Dosen Serta Karyawan Iain Bukittinggi Yang Telah Membekali Penulis Dengan Berbagai Ilmu Pengetahuan Dan Mempermudah Menyelesaikan Studi Di Perguruan Tinggi Ini.

Akhirnya, Penulis Ucapkan Puji Syukur Kehadirat Allah Atas Selesainya Penyusunan Karya Ilmiah Ini. Mudah-Mudahan Dapat Berguna Dan Sebagai Suatu Amal Jariyah Di Sisi Allah Swt, Serta Semoga Semua Jerih Payah Dari Semua Pihak Tersebut Dibalasi Dengan Pahala Yang Berlipat Ganda. *Aamiin Yaa Rabbal'alamiin.....*

Bukittinggi, Mei 2020

Penulis,

Habil Febrian

3316.281

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ……..I

DAFTAR ISI ……III

DAFTAR GAMBAR……VI

DAFTAR TABEL……VII

ABSTRAK……XI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 7

C. Batasan Masalah 7

D. Rumusan Masalah 8

E. Tujuan Penelitian 8

F. Manfaat Penelitian 9

G. Penjelasan Judul 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Layanan

1. Pengertian Layanan 12

2. Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan 13

B. Layanan *Mobile Banking* 38

C. Layanan *Internet Banking* 39

D. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Keputusan Nasabah 19

2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 20

3. Factor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 23

E. Landasan Syariah 31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 38

B. Waktu Dan Tempat Penelitian..... 38

C. Sumber Data 39

D. Populasi Dan Sampel 39

E. Variabel Penelitian 41

F. Teknik Pengumpulan Data 43

G. Metode Analisis Data 43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil PT. Bank Syariah Mandiri Batusangkar..... 53

2. Sejarah Berdirinya PT. BSM Batusangkar..... 53

3. Visi Dan Misi PT. BSM Batusangkar..... 56

4. Struktur Organisasi PT. BSM Batusangkar..... 57

5. Produk Dan Jasa PT. BSM Batusangkar 56

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden Berdasarlan Jenis Kelamin 63

2. Karakteristik Responden Berdasarlan Usia 63

3. Karakteristik Responden Berdasarlan Jenis Pekerjaan 64

4. Karakteristik Responden Berdasarlan Pendapatan 65

5. Karakteristik Responden Berdasarlan Pendidikan..... 65

6. Karakteristik Responden Berdasarlan Jumlah Tanggungan.... 66

C. Distribusi Jawaban Responden

1. Variabel X1 Mobile Banking 67

2. Variabel X2 Internet Banking 68

3. Variabel Y Keputusan..... 69

D. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas..... 70

2. Uji Reliabilitas..... 72

3. Uji Asumsi Klasik..... 73

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda 80

2. Koefisien Korelasi 82

3. Koefisien Determinasi..... 83

4. Uji T 84

5. Uji F 85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan……90

B. Saran…..…….91

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 36

Gambar 4.1 Kurva Normal P-P Plot 76

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskesidastisitas 80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Tabel Jumlah Nasabah Bank
Syariah Mandiri Batusangkar Lima Tahun Terakhir 5

Tabel 1.2: Pengguna Layanan *M-Banking* Pada Bank
Syariah Mandiri Batusangkar Lima Tahun Terakhir. 5

Tabel 1.3: Pengguna Layanan *Net-Banking* Pada Bank
Syariah Mandiri Batusangkar Lima Tahun Terakhir. 6

Tabel 3.1: Tingkat Korelasi Dan Kekuatan Hubungan 45

Tabel 4.1: Karakteristikresponden Berdasarkan Jenis Kelamin 63

Tabel 4.2: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....63

Tabel 4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 64

Tabel 4.4: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 65

Tabel 4.5: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....65

Tabel 4.6: Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan....66

Tabel 4.7: Distribusi Jawaban Responden Tentang
Layanan *Mobile Banking* 67

Tabel 4.8: Distribusi Jawaban Responden Tentang
Layanan *Internet Banking* 68

Tabel 4.9: Distribusi Jawaban Responden Tentang Keputusan.....69

Tabel 4.10: Hasil Uji Validitas X1 (Layanan *Mobile Banking*) 70

Tabel 4.11: Hasil Uji Validitas X1 (Layanan *Internet Banking*) 71

Tabel 4.12: Hasil Uji Validitas Y (Keputusan) 72

Tabel 4.13: Hasil Uji Reliabilitas.....73

Tabel 4.14: Hasil Uji Multikolinieritas 74

Tabel 4.15: Uji Normalitas 75

Tabel 4.16: Hasil Uji Autokorelasi 77

Tabel 4.17: Hasil Uji Heteroskesidastisitas 79

Tabel 4.18: Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....81

Tabel 4.19: Hasil Uji Korelasi 82

Tabel 4.20: Hasil Uji Koefisien Determinasi.....83

Tabel 4.21: Hasil Uji T 84

Tabel 4.22: Hasil Uji F 86

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **HABIL FEBRIAN** dengan **NIM: 3316.281**, Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Dengan judul "**Analisis Pengaruh Layanan *Mobile Banking* dan *Internet Banking* Terhadapa Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar** "

Layanan merupakan salah satu indikator penting dalam menunjang kemajuan sebuah bank, termasuk perbankan syariah, layanan terdiri dari beberapa jenis diantaranya layanan yang menggunakan teknologi yakni layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* kedua layanan ini memiliki fungsi yang penting dalam dunia perbankan, dalam penelitian yang penulis lakukan, terdapat beberapa pengaruh dari teknologi terhadap bank, salah satunya kemajuan teknologi *mobile banking* dan *internet banking* yang ada pada sebuah bank, yang juga berpengaruh terhadap beberapa indikator salah satunya keputusan seorang nasabah dalam memilih bank tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research)* yang bersifat kuantitatif, data dikumpul melalui penyebaran kuesioner. Sedangkan teknik analisis data yang dipakai menggunakan uji pra penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi, koefisien determinasi (R^2) , uji t dan uji f dengan pengolahan data menggunakan SPSS 20.

Dari hasil penelitian yang penulis dapatkan yaitu model regresi linear berganda Y = 7,487 + 0.387X1+0,356X2. Berdasarkan hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel layanan *mobile banking* berpengaruh secara parsial pada Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar ini dibuktikan dengan nilai t tabel < t hitung (1,948<4,679) sehingga Ho ditolak. Pada variabel layanan *internet banking* berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar dibuktikan dengan nilai t tabel < t hitung (1,984<4,341) sehingga Ho ditolak. Dan pada Uji F diketahui bahwa layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri batusangkar.

Kata kunci: Layanan *Mobile Banking*, Layanan *Internet Banking*, Keputusan Nasabah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Lembaga keuangan pada zaman sekarang ini sangatlah banyak dan beragam salah satunya lembaga perbankan, perbankan salah satu lembaga keuangan yang sangat penting pada saat ini, dengan adanya perbankan semua sektor dalam kehidupan dapat berjalan dengan lebih baik.[1] Secara sederhana bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa perbankan lainnya.[2]

Berkembangnya perbankan juga melahirkan bank yang berbasis islam, di beberapa negara menyebut bank yang beroperasi dengan prinsip syariah dikatakan sebagai (*Islamic Banking*).[3] Salah satunya adalah PT. Bank Syariah Batusangkar, yang merupakan sebuah lembaga keuangan yang berbasis syariah. Dengan melihat perkembangan zaman, sistem operasional perbankan harus dievaluasi kembali dan diperbaharui lagi menjadi sistem operasional yang lebih baik, efektif, dan efisien dari berbagai segi termasuk teknologi.[4] Hal ini dapat dilihat dengan di luncurkannya layanan *Elektronik Banking*, yaitu sebuah layanan yang dapat mempermudah masyarakat, hal ini dikarenakan nasabah tidak perlu lagi pergi ke bank untuk melalukan transaksi melainkan menggunakan media smartphond, computer dan laptop, layanan *elektronik banking* terdiri dari beberapa layanan seperti *mobile banking* dan *internet banking.*

[1] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dam Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja grafindo Persada, 2013), hal 18.

[2] Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal 3.

[3] Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal 50.

[4] Profil PT. Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

Layanan-layanan tersebut tidak bisa dilepaskan dengan yang namanya internet, tentu dengan adanya internet sangat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi sebagaimana terdapat layanan seperti *Net Bangking* dan *Mobile Banking*, pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar dua layanan ini menjadi layanan yang cukup efektif dalam menarik nasabah, hal ini dikarenakan nasabah sangat terbantu oleh fitur-fitur yang terdapat dalam layanan tersebut.

Mobile banking atau yang biasa di sebut dengan *m-banking* merupakan sebuah layanan yang ada pada bank untuk mendukung ke efektifan dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan adanya layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual yaitu dengan cara datang langsung ke bank sekarang dapat dilakukan nasabah hanya dengan menggunakan *handphone* yang dapat menghemat biaya dan waktu. Layanan *mobile banking* yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah ketika melakukan transaksi perbankan yaitu: cek saldo, transfer, melakukan pembayaran tagihan dan pulsa.[5]

Internet banking merupakan layanan jasa bank yang bertujuan untuk mempermudah menyebar informasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet *(Website*). Kehadiran layanan *internet banking* juga menawarkan sejumlah fleksibilitas dan kemudahan dalam melakukan transaksi, baik antara bank dan nasabahnya, maupun bank dengan bank yang lain.[6]

Pada masa sekarang nasabah menginginkan segala sesuatunya dengan cepat (instan) dan tidak dikenakan biaya yang banyak, tentu hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah layanan, dan pengaruh tersebut akan

---

[5] Hikmatul Wasilah (2016), *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Cabang Mataram*, (Mataram: IAIN Mataram), 2016 Jurnal, hal 11, diakses pada tanggal 28 oktober 2019, senin, jam 17.00 WIB.

[6] Yana Amalia, *Pengaruh persepsi nasabah perbankan terhadap Minat menggunakan internet banking (Studi pada nasabah perbankan internet banking di BRI Kantor Cabang Purwokerto),(*Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2018), Jurnal, hal 20, diakses pada tanggal 29 oktober 2019, selasa, jam 10.30 WIB.

berdampak kepada beberapa indikator penting yang ada pada bank, salah satunya adalah keputusan nasabah. Semakin baik dan efektif layanan yang ada pada bank tentu akan berdampak baik pada bank tersebut akan tetapi sebaliknya jika pelayanan pada bank kurang baik maka akan kurang baik pula yang akan didapatkan oleh bank.

Dalam prosesnya bank tentu akan selalu memperbaiki sistem layanannya, dalam perbaikan sistem tersebut tentu terjadi persaingan antar bank dalam meningkatkan kualitas layanan mobilenya masing-masing, hal ini akan membuat tidak signifikannya kenaikan jumlah nasabah pada suatu bank. Secara tidak langsung layanan tersebut juga sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih suatu bank, semakin baik dan menarik layanan yang di berikan bank, maka nasabah juga akan memutuskan untuk bertransaksi pada bank tersebut.

Dari beberapa uraian diatas menggambarkan pengaruh layanan yang ada pada bank dan dampaknya terhadap bank tersebut, Seperti itu juga dengan layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap bank, Semakin baik kualitas layanan *mobile banking* dan *internet banking* yang ada pada suatu bank maka akan berdampak baik juga pada bank tersebut salah satunya terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank tersebut.

Untuk melihat pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* pada bank syariah mandiri batusangkar penulis menyiapkan data berupa jumlah nasabah, data jumlah pengguna *mobile banking* dan *internet banking* dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1.1
Tabel Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri Batusangkar Lima Tahun Terakhir.

No.	Tahun	Jumlah nasabah	Naik/Turun	
			Σ	%
1.	2015	16.731	-	-
2.	2016	17.003	272	1,62
3.	2017	17.600	597	3,51
4.	2018	18.403	803	4,56
5.	2019	19.583	1180	6,41

Sumber: ***PT. Bank Syariah Mandiri Batusangkar***

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat dari tahun 2015-2019 mengalami kanaikan jumlah nasabah, akan tetapi pada persentase perkembangan dapat dikatakan mengalami kenaikan yang tidak stabil. Ketidak stabilan kenaikan jumlah nasabah.

Tabel 1.2
Pengguna Layanan *M-Banking* Pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar Lima Tahun Terakhir.

No.	Tahun	Jumlah Pengguna	Naik/Turun	
			Σ	%
1.	2015	782	-	-
2.	2016	904	122	15,60
3.	2017	1101	197	21,79
4.	2018	1217	116	10,53
5.	2019	1367	150	12,32

Sumber: ***PT. Bank Syariah Mandiri Batusangkar***

Berdasarkan tabel 1.2, dari tahun 2015-2019 dapat dilihat peningkatan pengguna setiap tahunnya, akan tetapi pada perkembangan persentasenya mengalami kenaikan yang tidak stabil setiap tahunnya. Pada tahun 2018 terjadi pembaharuan dan peningkatan sistem pada *mobile banking*, yang membawa dampak positif yaitu terjadi kenaikan jumlah nasabah bertransaksi di BSM batusangkar.

Tabel 1.3
Pengguna layanan *Net-Banking* Pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar Lima Tahun Terakhir.

No.	Tahun	Jumlah Pengguna	Naik/Turun	
			Σ	%
1.	2015	145	-	-
2.	2016	167	22	15,17
3.	2017	185	18	10,77
4.	2018	194	9	4,86
5.	2019	216	22	11,34

Sumber: ***PT. Bank Syariah Mandiri Batusangkar***

Berdasarkan tabel 1.3, bahwa pengguna internet banking dari tahun ke tahanun semenjak 2015-2019 meningkat, akan tetapi pada persentase perkembangan pengguna *internet banking* mengalami penurunan, pada 2018 terjadi perbaharuan sistem yang mana semua sistem pada internet banking di perbaharui dan hal tersebut membuat *internet banking* mengalami kenaikan pengguna *internet banking*, sekaligus nasabah pada bank syariah mandiri batusangkar. [7]

Setelah penulis cermati, pada umumnya layanan *Mobile Banking* dan *internet Bangking* adalah layanan yang diminati nasabah bank pada saat sekarang ini, hal tentu hal tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank yang di gunakan, sebagaimana data diatas merupakan data yang bersumber dari PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Batusangkar yang menggambarkan jumlah nasabah serta pengguna layanan *mobile banking* dan *internet banking,* untuk meneliti dan mengetahui seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Batusangkar maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai "***Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking dan Internet Banking Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar***"

[7] *PT. Bank Syariah Mandiri Batusangkar.*

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya yaitu:

1. Terjadinya kenaikan jumlah nasabah *mobile banking* yang semakin menurun pada tahun 2018.
2. Terjadinya kenaikan jumlah nasabah *internet banking* yang semakin menurun pada tahun 2018.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian menjadi lebih terfokus dan tidak meluas, maka penelitian ini dibatasi pada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu: ***Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*.**

D. Rumusan Masalah

Dari beberapa uraian latar belakang diatas dapat penulis rumuskan permasalahan:

1. Apakah layanan *Mobile Banking* dan *internet banking* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Batusangkar?
2. Seberapa besar pengaruh layanan *Mobile Banking* dan *Internet Banking* terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Batusangkar?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah di atas dapat dirumuskan Tujuan Penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syaraiah Mandiri Cabang Batusangkar.

2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syaraiah Mandiri Cabang Batusangkar.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan Tujuan Penelitian tersebut didapatkan Manfaat Penelitian sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, yaitu sebagai studi terkait dengan perbankan syariah agar lebih memperhatikan perkembangan perbankan syariah dalam bidang teknologi dan serta pengaruhnya terhadap bank maupun nasabah. Berguna juga untuk pengembangan ilmu pengetahuan perbankan dan sebagai pengalaman bagi peneliti. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mendapatkan gelar sarjana (Strata I) bagi peneliti.
2. Bagi bank syariah, yaitu dijadikan sebagai acuan untuk melihat pengaruh layanan *Mobile Banking* dan *internet Banking* terhadap keputusan nasabah mikro dalam memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar
3. Bagi pembaca, yaitu bisa dijadikan sebagai peningkatan pengetahuan pembaca mengenai bank syariah, terutama pada layanan modern *net banking* dan *mobile banking* yang terdapat pada bank.

G. Penjelasan Judul

Analisis	:	Sejumlah kegiatan uang bertujuan untuk menjabarkan, membedakan, memilah suatu hal untuk di kelompokan kembali berdasarkan kriteria tertentu kemudian dicari hubungannya dan dicarikan maknanya.

Pengaruh	:	Sesuatu yang ada atau yang timbul pada diri seseorang akibat dari suatu objek, perilaku seseorang, ataupun agama.[8]
Layanan	:	Kegiatan yang di tawarkan oleh sebuah perusahaan maupun perorangan terhadap konsumen yang bersifat tidak berwujud.
Mobile banking	:	Sebuah layanan yang disediakan oleh bank yang mempermudah pelanggannya dalam melakukan transaksi keuangan pada jarak yang jauh melalui sebuah aplikasi *mobile* dengan media *smartphone*, maupun tablet.
Internet banking	:	Sebuah layanan pada bank yang mempermudah nasabah dalam mendapatkan informasi, komunikasi dan mempermudah transaksi perbankan melalui jaringan internet.[9]
Keputusan nasabah	:	Sesuatu yang diputuskan oleh seseorang dalam menggunakan suatu objek. .[10]

Berdasarkan uraian judul di atas, yang penulis maksud dari judul adalah menganalisa atau meneliti bagaimana pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

---

[8] Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:Balai Pustaka, 1996), Hal 747.

[9] Nur Inayah, *Model Perilaku Penggunaan Mobile Banking di Bank Syariah*, (Semarang: UIN Walisongo, 2018), Jurnal, hal 99, diakses pada tanggal 29 oktober 2019, selasa, jam 10.00 WIB.

[10] Marea Samba Bela, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung berdasarkan karakteristik demografi Pada PT BANK Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan*, (Tulung Agung: IAIN Tulung Agung, 2018), Jurnal, hal 17, diakses pada tanggal 30 oktober 2019, rabu, jam 13.00 WIB

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Layanan

1. Pengertian layanan

Layanan didefenisikan sebagai sebuah kegiatan ekonomi yang outputnya berupa waktu, tempat, bentuk, dan lain-lain. Menurut Mahmoedin layanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak tampak yang terjadi sebagai karena adanya hubungan antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan yang dimaksud untuk memberikan solusi atas permasalahan konsumen.[11]

Menurut Gronroos layanan adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* (tidak berwujud) yang biasanya terjadi pada interaksi antara konsumen dengan karyawan jasa, sumber daya fisik, barang, atau sistem penyedia jasa yang disediakan sebagai solusi atas masalah konsumen. Dari definisi ini, di dapatkan bahwa layanan merupakan aktivitas yang diberikan kepada konsumen yang pada dasarnya tidak memiliki wujud, disediakan untuk solusi atau sebuah masalah konsumen.

Lovelock dan Wirtz mengutarakan bahwa layanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain. Menurut Sunyoto terdapat beberapa pengertian layanan di antaranya adalah layanan itu sebagai *deeds* (tindakan, prosedur, aktivitas), proses-proses, dan unjuk kerja yang *intangible*. layanan adalah *intangible* seperti sebuah kenyamanan/ kesenangan dan *perishable* layanan tidak untuk disimpan sebagai persediaan atau dikonsumsi pada saat diperlukan, layanan dibuat dan dipakai secara stimulan.

[11]Hikmatul Wasila, ibid., hal 18

Sunyoto menyatakan bahwa dalam layanan selalu ada aspek interaksi antara konsumen dan perusahaan, walaupun pihak-pihak yang terkait tidak selalu menyadari. layanan juga bukan suatu barang, akan tetapi berupa jasa yang suatu proses atau aktivitasnya tidak terwujud.[12]

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas layanan

Menurut Parasuraman, untuk meninjau kualitas layanan pada umumnya menggunakan 5 dimensi yaitu sebagai berikut :

a. *Tangibles*

Tangibles diartikan sebagai sebuah bukti nyata seperti perhatian yang diberikan oleh penyedia layanan kepada konsumennya. Dimensi *tangibles* ini akan menimbulkan image baik bagi penyedia jasa atau perusahaan terutama bagi konsumen yang peka terhadap kualitas sebuah layanan. Sebuah perusahaan yang kurang memperhatikan fasilitas fisiknya akan menimbulkan kebingungan atau bahkan merusak citra perusahaan.

b. *Reliability*

Reliability disebut juga dengan keandalan adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk menjalankan sebuah layanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikannya secara efisien. Inisiatif seorang konsumen akan turun apabila layanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Jadi dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa dengan efektif dan efisien.

c. *Responsiveness*

Responsiveness atau yang disebut daya tanggap adalah kemampuan sebuah perusahaan yang mana dilakukan langsung oleh karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, dengan adanya daya

[12] Hikmatul Wasilah, *ibid.*, hal 20

tanggap yang baik akan menimbulkan persepsi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam system layanan, pihak penyedia layanan berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menegaskan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluh kesah dari seoarang konsumen.[13]

d. *Assurance*

Assurance atau jaminan diartikan juga sebagai sebuah kecerdasan dan cara untuk membentuk sebuah kepercayaan dan keyakinan terhadap seorang konsumen dalam menggunakan layanan yang disediakan oleh perusahan. Dimensi ini sangatlah penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko yang akan dihadapinya, terhadap kemampauan penyedia layanan dalam menjamin resiko tersebut. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen.

e. *Emphaty*

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang mana karyawan akan melaksakan secara langsung dalam memberikan perhatian kepada konsumen secara pesonal, termasuk juga hal-hal yang di inginkan oleh seorang konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.[14]

---

[13] Apriatni Dkk, Pengaruh *Kualitas Produk Mandiri Mobile Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Kcp Semarang Majapahit*), (Semarang, 2016), jurnal, hal 24 diakses pada tanggal desember 2019, rabu, jam 11.00 WIB

[14] Apriatni Dkk, ibid., hal 25

B. Layanan *Mobile Banking (M-Banking)*

Mobile banking juga dikenal dengan *M-banking* adalah sebuah layanan berbasis teknologi pada sebuah bank guna untuk kemudahan akses dan kecepatan dalam memperoleh informasi dan transaksi pada sebuah bank. layanan *Mobile banking* bisa diakses oleh nasabah menggunakan teknologi GPS. Layanan *mobil banking* adalah salah satu layanan bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui aplikasi mobile dengan media telephon seluler.[15]

Fitur yang terdapat pada layanan *mobile banking* terdiri dari pembayaran, transfer, cek saldo, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler membuat para nasabah melakukan transaksi perbankannya dengan lebih mudah, tanpa batas ruang ataupun waktu.[16]

Secara sederhana layanan *mobile banking* merupakan layanan yang dalam transaksinya memakai aplikasi yang disediakan oleh bank melalui media *smartphond* tanpa dikenakan biaya tambahan, jadi dalam proses transaksinya aplikasi inilah yang menghubungkan antara pihak bank dengan nasabahnya, tanpa perlu mendatangi bank secara langsung. Dalam apliksi *mobile banking* banyak fitur yang bisa digunakan dan sangat membantu nasabah seperti: layanan informasi saldo, transfer dana, layanan informasi seperti suku bunga dan kurs, pembayaran telephon,pembayaran pulsa, listrik dll.

Perkembangan teknologi informasi yang sedemikian pesat sangat mendukung dalam kecepatan dan kemudahan layanan transaksi perbankan terhadap nasabah.

---

[15]Yuliansyah Yogi. *Analisis Pengaruh Layanan Mobil Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syaraiah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang* Yogyakarta. (Yogyakarta: UIN suanan kali jaga. Jurnal. 2017.), jumaat 10.00 WIB.

[16]Yuslia Naili Rahmah, *Pengaruh penggunaan internet banking dan Perlindungan nasabah pengguna fasilitas internet Banking terhadap cyber crime di daerah istimewa Yogyakarta (DIY),* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), Jurnal, hal 5, diakses pada tanggal 28 oktober 2019, senin, jam 17.00 WIB.

Untuk mengantisipasi hal tersebut, perbankan berupaya untuk mengembangkan teknologi *mobile banking,* yang mana keunggulan *Mobil Banking:*

a. Dapat digunakan sebagai media untuk mengirim perintah transaksi.
b. Hanya bermodalkan kuota internet saja.
c. Data yang nasabah kirim ke bank menggunakan proses pengkodean saja.
d. Bisa bertransaksi kapan saja selama terhubung dengan internet.
e. Kemudahan melakukan transaksi seperti pada mesin ATM.
f. Dapat digunakan pada semua jenis sim card dan *smartphond.*

C. Layanan *Internet Banking (Net-Banking)*

Internet banking yang juga dikenal dengan istilah *Net-banking* adalah sebuah layanan yang bisa digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran, dan transaksi lainnya melalui internet dengan website yang di sediakan oleh pihak bank. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak bank yang memberikan layanan atau jasa *internet banking* hal ini dikarekan layanan *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif.[17]

Secara umum dalam penyediaan layanan *internet banking* memberikan informasi mengenai produk dan jasanya melalui portal di internet, memberikan akses kepada para nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya. Kemajuan pesat teknologi komputer baik perangkat keras, perangkat lunak maupun sistem jaringan dan komunikasi data telah memberikan pengaruh yang luar biasa terhadap jasa perbankan.[18]

---

[17] Rahmah Yuslia Naili *Pengaruh penggunaan internet banking dan Perlindungan nasabah pengguna fasilitas internet Banking terhadap cyber crime di daerah istimewa Yogyakarta (DIY),* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2018), sabtu jam 12.00.

[18] Hikmatul Wasila, ibid., hal 16

D. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Pengambilan Keputusan Konsumen

Keputusan merupakan suatu pemilihan tindakan dari dua pilihan atau lebih. Seorang konsumen yang akan memilih harus mempunyai pilihan cadangan. Menurut Setiadi pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk meninjau dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. [19]

2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller ada lima tahap proses pengambilan keputusan pembelian yaitu:

a. Pengenalan Masalah atau Kebutuhan

Proses pembelian dimulai ketika pembeli baru mengenali masalah atau kebutuhan. Dalam kasus pertama, salah satu kebutuhan umum seseorang; lapar, haus, dan sebagainya dalam mencapai kebutuhan maupun kepuasan tertentu dan hal tersebut menjadi sebuah motivasi. Dalam kasus kedua kebutuhan disebabkan oleh faktor eksternal. Seseorang bisa mengagumi motor baru temannya atau karna iklan di media tentang liburan yang merangsang pemikirannya tentang kemungkinan akan melakukan suatu pembelian terhadap produk tersebut.

b. Pencarian Informasi

Terdapat dua jenis proses pencarian (*Research processes*) konsumen yaitu pencarian internal dan pencarian eksternal. Pencarian internal merupakan usaha konsumen untuk mengingat kembali informasi jangka panjang mengenai suatu produk atau jasa yang dibutuhkan. Pencarian

[19] Rahmatul Laili, Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan *Murabahah* Di Bprs Central Syariah Utama Surakarta, (Surakarta: IAIN Surakarta, 2016, Jurnal, Hal 16, Diakses Pada Tanggal 2 Desember 2019, Senin Jam 14.00 Wib.

eksternal terdiri dari akuisisi informasi dari sumber-sumber yang berasal dari luar, seperti teman, iklan, dan sales penjualan.

Kotler dan Keller menyebutkan bahwa sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok berikut ini:

1) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
2) Sumber komersial: iklan, penyalur, kemasan, pajangan ditoko.
3) Sumber publik: media massa, kelompok dan lain sebagainya.
4) Sumber pengalaman: pernah memakai produk.

kuantitas dan pengaruh selalu berbeda-beda tergantung pada jenis produk dan watak pembeli. Secara umum, konsumen menerima sebagian besar informasi terkait dengan produk dari sumber komersial yaitu, sumber yang telah dikuasai oleh pemasar. Tapi informasi yang paling besar pengaruhnya yaitu berasal dari sumber pribadi atau sumber publik yang merupakan wewenang yang independen..

c. Evaluasi Alternatif

Dalam tahap valuasi alternatif, dari proses perolehan atau akuisisi, konsumen membandingkan pilihan yang ada sebagai cara yang secara efektif mengawali proses keputusan. Ketika membandingkan pilihan ini, keyakinan konsumen akan terbentuk. Kotler dan Keller mengatakan bahwa terdapat beberapa konsep dasar proses evaluasi konsumen yaitu: Pertama, konsumen berusaha untuk mendapatkan kebutuhannya. Kedua, konsumen mencari beberapa kegunaan dari produk. Ketiga, konsumen membandingkan produk yang ada yang mana yang akan memberikan kegunaan yang lebih maksimal.

d. Keputusan Pembelian dalam tahap evaluasi

Para konsumen membuat daftar dari kebutuhan dan membeli yang mana yang paling di butuhkan dan paling disukai oleh konsumen.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Menurut Kotler dan Keller, setelah proses pembelian, bisa saja konsumen merasa bosan dengan produk tersebut dan bisa saja konsumen melihat hal-hal yang menarik tentang merek dan produk lain, tentu hal ini juga akan mendukung keputusan konsumen tersebut. pemasok haruslah mengevaluasi dan menginovasi produk dan menarik perhatian konsumen agar dia merasa suka dengan produk.[20]

3. Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan

Faktor yang mempengaruhi proses keputusan pada konsumen terdiri dari tiga, yaitu:

a. Pengaruh Lingkungan

Pada dasar perilaku keputusan konsumen dipengaruhi oleh lingkungan di sekitarnya yaitu budaya, kelas sosial, kepribadian, keluarga dan budaya merupakan faktor dasar keinginan seseorang. Ketika tumbuh dalam suatu masyarakat, seorang anak akan mempelajari nilai-nilai dasar dari keadaan masyarakat tersebut begitu juga dengan sebuah keinginan, yang di pengaruhi oleh keluarga dan kelompok yang ada disekitarnya. Keadaan keluarga juga akan memicu pada adanya kelas sosial adalah dalam lingkungan masyarakat, yang terdiri dari beberapa kategori yaitu nilai, minat, dan perilaku yang sama sehingga akan berpengaruh terhadap keputusan seseorang.

[20] Rahmatul Laili, ibid., hal 20

Keputusan seseorang juga dipengaruhi oleh kepribadian seseorang yaitu umur, pekerjaan, situasi ekonomi dan gaya hidup. Keluarga termasuk pada unsur utama dalam mempengaruhi keputusan seseorang.

b. Perbedaan Individu

Perbedaan individu merupakan faktor internal yang berpengaruh terhadap sikap seseorang. Menurut Engel ada lima faktor yang menyebabkan perbedaan tersebut yaitu: sumber daya konsumen, Motivasi/keterlibatan, Pengetahuan, sikap kepribadian, dan demografi.

Pada dasarnya setiap orang membawa tiga faktor pada setiap situasi Pengambilan keputusan yaitu uang, waktu, dan perhatian. Namun, tidak semua memiliki ketiga hal tersebut, oleh sebab itu seorang konsumen haruslah lebih pandai dan memiliki pengetahuan dalam menghadapi faktor-faktor yang ada padanya. Pengetahuan konsumen dibagi kedalam tiga macam yaitu:

1) Pengetahuan informasi yang luas, seperti mengetahui karakteristik dan kriteria produk dan jasa.
2) Pengetahuan pembelian seperti tahu tempat dan waktu untuk melakukan pembelian.
3) Pengetahuan pemakaian yaitu tahu cara menggunakan produk yang ada.

Disisi lain Kotler dan Amstrong mengutarakan, perbedaan gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang dalam mengambil keputusan, gaya hidup juga sebagian dibentuk oleh uang atau waktu.

c. Proses Psikologi

Menurut Engel, terdapat empat faktor pada proses psikologi yaitu pemrosesan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Pemprosesan informasi mengacu pada proses yang dengannya suatu stimulus diterima, ditafsirkan, disimpan didalam ingatan dan digunakan kembali. Pemprosesan informasi terdiri dari lima tahap dasar yaitu: Pemaparan, perhatian, pemahaman, Penerimaan.

Pembelajaran berasal dari sebuah pengalaman., pada dasarnya perilaku manusia adalah hasil dari belajar. Pembelajaran berasal dari kombinasi kerja antara motivasi, tindakan, respon dan penunjang, watak dan kepribadian seseorang mencerminkan penilaian atas perasaan terhadap sebuah objek. Sikap seseorang juga menggambarkan apakah suka atau tidaknya pada sesuatu dan tertarik atau tidaknya.[21]

Menurut Muanas, factor-faktor yang mempengaruhi keputusan yaitu terdiri dari:

a) Promosi

Promosi adalah salah satu bagian dari marketing mix yang bertujuan untuk mengiklan dan memasarkan produk, dalam promosi terdapat dua unsur penting yaitu sebagai media komunikasi dengan konsumen dan sebagai alat untuk mempengaruhi dan menarik minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi adalah sarana bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan mempengaruhi mereka untuk membeli produk yang ditawarkan, sehingga dapat

[21]Apriatni dkk, ibid hal 30.

mendorong tingkat keinginan konsumen dan memutuskan untuk memilih produk tersebut.

b) Harga

Harga merupakan sejumlah nilai atau nominal yang diterima dari konsumen sebagai timbal balik dari penggunaan, pembelian ataupun kepemilikan dari produk baik yang berupa barang ataupun jasa yang diberikan oleh penjual. Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduannya. Pada tingkat ingin membeli, harga menjadi salah satu faktor yang diperhatikan nasabah. Harga terkadang digunakan untuk menilai kualitas sebuah produk/jasa yang ingin dibeli. Harga merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk maupun jasa. Dalam bisnis perbankan dan lembaga keuangan, harga yang ditawarkan sangat menentukan keputusan pembelian, hal ini disebabkan semakin ketatnya persaingan antar lembaga keuangan untuk menjaring nasabah. Penawaran harga yang rendah akan banyak menarik minat nasabah.

c) Lokasi

Lokasi merupakan keputusan manajemen tentang dimana tempat yang strategis untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen. Lokasi pelayanan jasa digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Menurut Lamb pemilihan lokasi yang

sesuai, merupakan keputusan penting. Pertama, karena keputusan lokasi memiliki dampak permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa. Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha dimasa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan. Jika nilai lokasi memburuk karena keadaan lingkungan yang berubah dan tidak menguntungkan maka usaha harus dipindahkan.

d) Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler layanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang sifatnya *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan konsumen. Kualitas layanan cenderung mempengaruhi keputusan pembelian karena pelayanan yang dinilai baik dan melebihi ekspektasi akan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Hal tersebut akan membuat nasabah semakin yakin untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. Dan sebaliknya jika kualitas layanan yang dinilai buruk akan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang buruk. Jika dianggap buruk maka nasabah akan enggan dan tidak tertarik dengan pegadaian syariah.[22]

[22] Apriatni Dkk, *Pengaruh Kualitas Produk Mandiri Mobile Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Kcp Semarang Majapahit*), (Semarang, 2016), jurnal, diakses pada tanggal desember 2019, rabu, jam 17.00 WIB.

E. Landasan syariah

Baik nasabah maupun orang yang menyediakan barang atau jasa untuk di ambil keuntungannya, tentu juga diatur dalam syariat islam dan kita harus taat kepada aturan tersebut, kita sebagai seorang muslim tentu harus tahu bagaimana cara menjadi konsumen ataupun produsen yang baik sebagaimana dalam Q.S Al-Baqarah 168:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُواْ مِمَّا فِي ٱلۡأَرۡضِ حَلَٰلٗا طَيِّبٗا وَلَا تَتَّبِعُواْ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيۡطَٰنِۚ إِنَّهُۥ لَكُمۡ عَدُوّٞ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Dalam surat diatas dijelaskan bahwasanya kita sebagai konsumen ataupun produsen tidak boleh mengkonsumsi sesuatu atau mendapatkan sesuatu dengan cara yang dilarang dalam islam atau sesuatu yang tidak halal, karena sesungguhnya apa yang bertentangan dengan ajaran islam bererarti kita mengikuti langkah setan.

Jadi dalam islam kita harus berprilaku baik sebagai konsumen atau nasabah kita harus merujuk pada al-quraan dan hadist agar apa yang kita kerjakan tidak membawakedalam kebaikan yang di ridhoi oleh Allah SWT.[23]

F. Kajian Terdahulu

[23]Ibid. hal 160

Hikmatul Wasilah (2016), judul yaitu ***Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Cabang Mataram*** hasil penelitiannya mengatakan pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Cabang Mataram 90,7% dan sisanya diepengaruhi oleh variabel lain di *luar variable penelitian.*[24]

Maya Angela Silvia (2014), ***Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar*** Dari hasil dari penelitian ini adalah persamaan regresi menunjukkan bahwa dari keempat variabel, variable persepsi kemudahan penggunaan dan variabel kenyamanan berpengaruh positif sedangkan variabel persepsi daya guna dan variable kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah.[25]

Nur Inayah (2018**)** ***Model Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Bank Syariah*** Hasil penelitian ini menunjukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking*.[26]

Yana Amaliah (2016) ***Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Internet Banking Di Bri Kantor Cabang Purwokerto)*** Ada pengaruh antara persepsi kemudahan dengan minat menggunakan Internet banking pada bri kantor cabang purwokerto. Berdasarkan hasil pengujian korelasi menunjukan Bahwa koefisien korelasi variabel persepsi kemudahan dengan minat Menggunakan internet banking sebesar sebesar 0,619.[27]

[24] Hikmatu Wasilah, *Op.Cit*., hal vii
[25] Maya Angela Silvia, *Op.Cit.*, hal ix
[26] Nur Inayah., *Op.Cit.*, hal x
[27] Yana Maliah, *Op.Cit.*, hal v

Yuslia Naili Rahmah, ***Pengaruh penggunaan internet banking dan Perlindungan nasabah pengguna fasilitas internet Banking terhadap cyber crime di daerah istimewa Yogyakarta*.** Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Terdapat pengaruh positif dan Signifikan penggunaan internet banking terhadap *cyber crime* di wilayah diy, juga terdapat pengaruh dari masing-masing variabel perlindungan nasabah yaitu terdapat pengaruh negatif dan signifikan *client charter* terhadap *cyber crime* di wilayah DIY. [28]

Marea Sabma Bela (2018), ***Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi minat nasabah menabung Berdasarkan karakteristik demografi Pada PT BANK Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan***. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel pendapatan pada uji Reliabilitas dikatakan tidak reliabel, maka varibel pendapatan tidak di ikut sertakan dalam Model analisis.[29]

Rahmatul Laili (2016) ***Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Di Bprs Central Syariah Utama Surakarta*** Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis faktor menghasilkan 3 faktor terbentuk yang mempengaruhi proses penentu keputusan nasabah memilih produk pembiayaan murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta Faktor Pelayanan, Faktor Margin, Faktor Produk. [30]

Apriatni Dkk (2016), ***Pengaruh Kualitas Produk Mandiri Mobile Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Kcp Semarang Majapahit),*** Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa layanan *mandiri mobile* yang mana pada dasarnya layanan mandiri mobile hampir sama dengan layanan mobile

[28] Yuslia Naili Rahmah, Op.Cit., hal vii
[29] Marea Sabma Bela, *Op.Cit.*, hal xiii
[30] Rahmatul Laili, *Op.Cit.*, hal xiii

banking maupun internet banking, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y), dibuktikan oleh koefisien regresi sebesar 0,335. Korelasi sebesar 0,588 artinya hubungan keduanya sedang. Koefisien determinasi sebesar 34,6% yang berarti 34,6% variabel keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan Mandiri Mobile. Hasil uji regresi linier sederhana, memperlihatkan nilai t hitung sebesar (7,194) > t tabel (1,9845), sehingga hipotesis pertama yang berbunyi "Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan Mandiri Mobile (X) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y).[31]

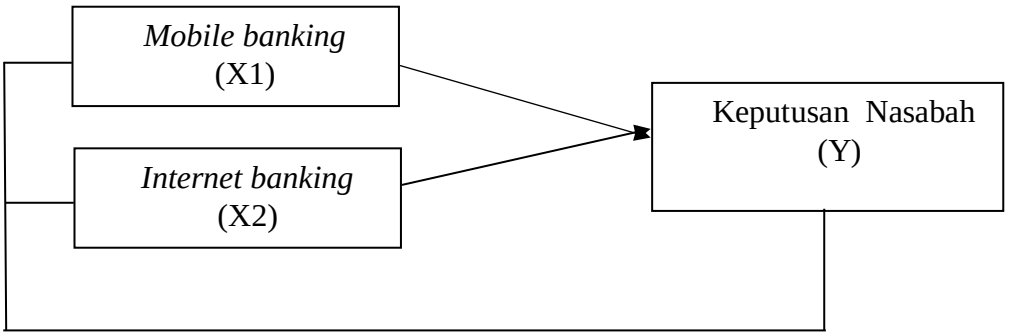
Perbedaan jurnal dengan pembahsan penulis yaitu pada beberapa variable yang digunakan serta permasalahan yang dituliskan. Sedangkan persamaan jurnal dengan pembahsan penulis yaitu terletak pada variabel yakni membahas terkait dengan *mobile banking, internet banking,* serta keputusan nasabah.

G. Kerangka Pemikiran

Ada beberapa hal yang berpegaruh dan harus diperahatikan didalam layanan *mobile banking* dan *internet banking*, diantaranya apakah ada dan seberapa besar pengaruh nya terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar. Oleh sebab itu yang perlu dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Batusangkar adalah survey dan penelitian lapangan terhadap agar segala sesuatu yang diteliti menjadi transparan, jelas, dan tidak adanya pihak yang dirugikan dan juga diperlukan pencarian data pada portal-portal yang disediakan, agar lebih jelas berikut kerangka pemikiran dari variable diatasa.

[31] Apriatni Dkk (2016), *Pengaruh Kualitas Produk Mandiri Mobile Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Kcp Semarang Majapahit),*(semarang majapahit:semarang). Jurnal, diakses pada tanggal 04 desember 2019. Pukul 18.00.WIB.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Penelitian



H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan kebenarannya.[32] Untuk melihat perkembangan dari penelitian ini, maka dibutuhkan kesimpulan sementara dari hal yang menjadi objek dalam penelitian. Untuk penelitian mengenai pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap keputusan nasbah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar, maka penulis merumuskan 2 hipotesis yang menjadi kesimpulan sementara bagi penulis yaitu :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri batusangkar.

H_a : Terdapat Pengaruh layanan *mobile banking* dan *internet banking* terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri batusangkar.

[32] Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), hal 10.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research)* yaitu data yag bersifat deskriptif, pendekatan yang dilakukan dengan menggambarkan, menunjukkan, menafsirkan suatu fenomena yang terjadi pada masa sekarang.[33] Metode yang digunakan merupakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, metode kuantitatif yaitu metode yang secara empiris, objektif dan metode *discovery* (penemuan).

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini penulis lakukan di Bank Syariah Mandiri Batusangkar. Adapun penulis mengambil lokasi ini karena lembaga keuangan tersebut memiliki akses yang baik terhadap nasabah. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan januari 2020 sampai penelitian ini selesai. Mulai pada tahap pengumpulan data, menganalisa dan membuat sebuah kesimpulan.

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang penulis gunakan digunakan adalah data primer, Data ini merupakan data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan, merupakan yang diperoleh langsung dari tempat penelitian misalkan melalui wawancara atau pengisisan kuesioner.[34] Peneliti membutuhkan data primer ini sebagai data pokok dari pengguna layanan

---

[33] Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hal 193.

[34] Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), Ed. Pertama, hal 160.

mobile banking dan *internet banking,* Sumber data didapat dari kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Batusangkar sebagai data penelitian.

D. Populasi dan Sample

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Poulasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lain. populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek. Populasi mencakup seluruh unsur dari karakteristik observasi yang akan diamati.[35] Sedangakan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[36] Populasi yang menjadi objek penelitian dalam konteks penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling aksidental*. Yaitu peneliti memiliki kebebasan memilih siapa saja yang di temui untuk dijadikan responden. Dari seluruh populasi yang ada maka penulis akan menggunakan rumus solvin untuk menentukan besarnya sampel yang harus di ambil yaitu:

---

[35] Robert Kristaung. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi dan Manajemen Informatika*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hal 47.

[36] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 81.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} =$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan : 10% = (0,1)

Dengan demikian jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{19.583}{1 + (19.583)\ (0,1)^2} = 99,99 = 100 \text{ Sampel penelitian}$$

E. Variabel Penelitian

Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Tema penelitian adalah analisis pengaruh layanan *internet banking dan mobile banking* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

Secara teoritis menurut Hatch dan Farhady variabel penelitian dapat diartikan sebagai atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai "variasi" antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.variabel juga dapat merupakan bidang keilmuan atau kegiatan tertentu, dinamakan variabel karena ada variasinya. Misalnya berat badan dapat dikatakan variabel, karena berat badan sekelompok orang itu bervariasi antara satu dengan yang lain.

Kerlinger menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (constructs) atau sifat yang akan dipelajari. Selanjutnya Kidder, menyatakan bahwa variabel

adalah suatu kualitas dimana penelitian mempelajari dan menarik kesimpulan darinya.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwasannya variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[37]

1. Variabel Bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Adapun yang menjadi variable bebas pada penelitian ini adalah Variabel X1 (*Mobile Banking*) dan X2 (*Internet Banking*).

2. Variabel Terikat *(Dependent Variable*)

Variabel dependen disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Merujuk pada pengertian tersebut, maka penulis menetapkan " Keputusan Nasabah" sebagai variabel terikat (Y) dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

[37] *Ibid*., hal 38.

a. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.[38]

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengupulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian dokumentasi berbentuk dokumen, hasil penelitian terdahulu, foto-foto atau gambar, laporan keuangan, hasil karya ilmiah dan sebagainnya yang diperoleh baik di internal maupun eksternal Bank Syariah Mandiri Batusangkar.[39]

G. Metode Analisa Data

Analisa data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang tekah dilakukan.

Dalam penelitian ini teknik analisa yang penulis digunakan adalah :

1. Uji Pra Penelitian

a. Uji validitas

Tingkat dimana satu instrument ukur digunakan untuk mengukur apa yang diharapkan, hasil dari pengujian tersebut akan diperoleh

[38] *Ibid*., hal 142.

[39] Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*, (Bandung: ALFABETA, 2013), hal. 24.

intrumen data yang valid dan yang tidak valid dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} apa bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument tersebut valid dan apa bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tersebut tidak valid dan tidak dipergunakan dalam penelitian.

b. Uji reliabilitas

Reliabilitas mengacu kepada konsistensi skor atau jawaban dari pelaksanaan satu instrument ke instrument lain dan apabila dilakukan pengukuran berkali-kali terhadap suatu unit akan menghasilkan output yang sama.

2. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebh atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel. Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1. Sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-).

Misalnya:

a) Apabila r = -1 artinya korelasi negatif sempurna, artinya terjadi hubungan bertolak belakang antara variabel X dan variabel Y, bila variabel X naik, maka variabel Y turun.

b) Apabila r = 1 artinya korelasi positif sempura, artinya teradi hubungan searah variabel X dan variabel Y, bila variabel X naik, maka variabel Y naik.[40]

[40] Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandigan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Pramedia Group, 2013), Ed. Pertama, hal 251.

Tabel 3.1
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0, 799	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat kuat

3. Regresi Linear Berganda

Yaitu untuk mengetahui dan mengukur ada atau tidaknya pengaruh antara beberapa variabel yaitu antara simpanan dan pinjaman anggota terhadap SHU yang diperoleh, yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik:

$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2$

Keterangan :

Y	=	SHU
A	=	Konstanta
B	=	Koefisien
X_1	=	Simpanan Anggota
X_2	=	Pinjaman Anggota

4. Pengujian Secara *Parsial* (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukan pengaruh tiap variabel *independen* secara individu terhadap variabel *dependen*. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan Uji t adalah sebagai berikut:

a. Menentukan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\ \%$

Tingkat signifikansi 0,05 atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki profitabilitas sebesar 95% atau toleransi kesalahan 5%.

b. Menghitung Uji t

$t_{hitung} = r\sqrt{n-2}$

$1 - r2$

Artinya :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

c. Kriteria Pengambilan Keputusan

Ho ditolak jika t statistic <0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

Ha diterima jika t statistic > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$

Nilai t_{tabel} didapat dari df = n-k-1

5. Pengujian Secara *Stimulan* (Uji F)

Uji F merupakan pengujian hubungan *regresi* secara *simultan* yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel *independen* bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*.

Langkah-langkah pengujian menggunakan Uji F sebagai berikut:

a) Menentukan tingkat signifikansi sebesar α = 5 %

Tingkat signifikansi 0,05 atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki profitabilitas sebesar 95% atau toleransi kesalahan 5%.

b) Menghitung Uji F (F-test)

$$F_{hitung} = \frac{R2\,(n-k-1)}{k\,(1 - R^2)} =$$

Keterangan:

*R*2 : Koefisien determinasi gabungan

k : Jumlah Variabel Independen

n : Jumlah Sampel

c) Kriteria dalam Pengambilan Keputusan

Ho ditolak jika F statistik < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$

Ha diterima jika F statistik > 0,05, atau $F_{hitung} < F_{tabel}$

Nilai F_{tabel} didapat dari:

df1 (Pembilang) = Jumlah variabel independen

df2 (Penyebut) = n-k-1

6. Uji *Koefesien Determinasi* (R2)

Koefisien determinasi (R2) pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel depanden. Uji determinasi dapat dilihat melalui R square, nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,5, untuk melihat koefisien determinasi dapat dipakai rumus:

$Kd = r^2 \times 100\%$.

Apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu artinya pengruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat dan sebaliknya apabila nilai koefisien determimnasi mendekati 0 maka pengaruh variabel independen semakin terhadap variabel dependent semakin lemah.[41]

[41]Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2007), hal 19.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Batusangkar merupakan salah satu lembaga keuangan yang menganut prinsip syariah yang didasari Badan hukum Islam. Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Batusangkar ini melakukan pengumpulan dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkannnya kepada masyarakat yang membutuhkan dana untuk usaha yang produktif dalam bentuk pemberian pembiayaan.

2. Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Lahirnya undang-undang No.10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang No.7 tahun 1992 tentang perbankan telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya Bank-Bank Syariah di Indonesia. Ditambah juga dengan adanya UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-Undang tersebut menjadikan Bank berpeluang untuk beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah. Kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak juli 1997, yang disusul dengan krisis multi- dimensi termasuk dipanggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri

perbankan nasional yang didominasi oleh Bank-Bank konvensional mengalami krisis luar biasa Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian Bank-Bank Indonesia.

PT Bank Mandiri, hadir, tampil, dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah mandiri dalam kiprahnya di perbankan indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Seiring berjalannya waktu, pada awal tahun tepatnya bulan Maret tahun 2010 telah hadir di kota Batusangkar salah satu Bank yang berbasis syariah, untuk memperlancar pertumbuhan ekonomi masyarakat Kabupaten Tanah Datar, karena mayoritas penduduk Kabupaten Tanah Datar menganut Agama Islam. Untuk itu Bank Syariah Bank Mandiri hadir melakukan penghimpunan uang dalam bentuk tabungan dan pembiayaan yang berbasis syariah.

Secara global yang menjadi target bagi Bank Syariah Mandiri ini didirikan adalah dalam rangka menciptakan perekonomian yang sehat dan terbebas dari paham konvensional yang sebelumnya mengalami kemerosotan dan kemunduran yang cukup memprihatikan. Sedangkan secara spesifiknya, Bank Syariah Mandiri ini hadir di tengah-tengah masyarakat Kabupaten Tanah Datar untuk mengajak masyarakat mengenali produk-produk yang berbasis syariah yang tidak menggunakan prinsip bunga melainkan menerapkan sistem bagi hasil Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Batusangkar yang merupakan cabang kantor kas dari

Bank Syariah Mandiri Bukittinggi, pada awalnya berupa kantor cabang dipimpin oleh Bapak Ahmad Rajab Afandi dengan jumlah karyawan sebanyak 6 orang yang terdiri dari:

a) 1 orang Pimpinan
b) 1 orang Customer Service (CS)
c) 1 orang Teller
d) 1 orang Office Boy (OB
e) 2 orang Security

Kemudian pada bulan Maret 2012 Bank Syariah Mandiri naik grade menjadi Kantor Cabang Pembantu Batusangkar dipimpin oleh Bapak Zulveri dengan jumlah karyawan sebanyak 24 orang. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Batusangkar memiliki tujuan untuk memperlancar pertumbuhan ekonomi masyarakat Kabupaten Tanah Datar khususnya. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Batusangkar didirikan di Kota Batusangkar atas pertimbangan karena kultur masyarakat Sumatera Barat khususnya Kabupaten Tanah Datar yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Selain itu, jika kita lirik dari kegiatan perekonomian masyarakat yang mayoritas bermata pencarian sebagai petani dan pedagang.

Oleh sebab itu, untuk memenuhi kebutuhan modal kerja biasanya para petani dan pedagang serta masyarakat lainnya tentu jelas membutuhkan jasa perbankan. Sehingga dengan didirikannya Bank Syariah Mandiri di Kota Batusangkar yang menawarkan produk-produk yang berbasis syariah, maka diharapkan dapat menjadi solusi yang tepat bagi masyarakat setempat dalam mengatasi masalah financial atau keuangan Dengan kondisiomasyarakatnya yang mayoritas beragama Islam setidaknya dapat

mempermudah bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Batusangkar dalam mensosialisasikan produk syariahnya kepada masyarakat setempat dan dapat juga memudahkan masyarakatnya untuk bergabung melakukan transaksi ke Bank Syariah Mandiri, masyarakat dapat berpartisipasi dengan Bank Syariah.

Dengan demikian, akan memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi yang terhindar dari praktik ribawi sekaligus beribadah di dalamnya.

3. Visi, Misi PT. Bank Syariah Kantor Cabang Batusangkar

Visi: "Bank Syariah Terdepan dan Modern"

Bank Syariah Terdepan: Menjadi Bank Syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri Perbankan Syariah di Indonesia pada segmen consumer micro, SME, commercial, dan corporate.

Bank Syariah Modern: Menjadi Bank Syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

Misi :

a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan

b) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah

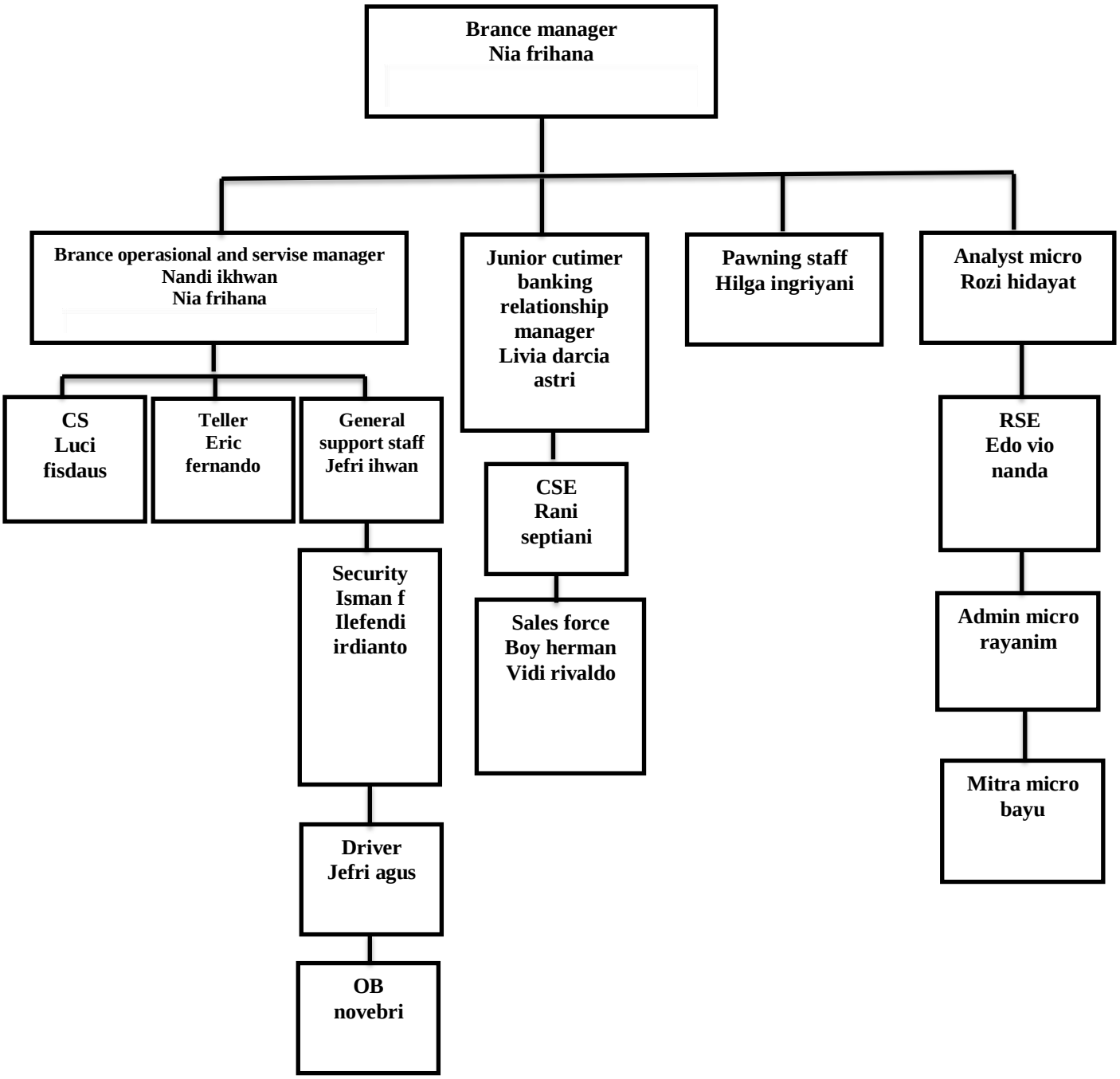
c) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.

d) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal

e) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat

f) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

4. Struktur Organisasi pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar



Dari struktur diatas tugas dari masing-masingnya adalah sebagai berikut**:**

a. Brance manager

1) Mengawasi dan melakukan koordinasi kegiatan operasional
2) Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan
3) Memantau prosedur operasional manajemen resiko
4) Melakukan pengembangan kegiatan operasional
5) Observasi atas kinerja karyawan serta memberikan solusi terhadap semua masalah.
6) Memberi penilaian terhadap kinerja karyawan

b. Brance operasional and servise manager

1) Membuat, menerapkan, dan mengevaluasi rencana bisnis cabang: Designing and implementing financial performance plans, strategies, and any other operational activity.
2) Mempekerjakan karyawan baru, melatih, membimbing, mengawasi dan mendeskripsikan staf administrasi untuk efisiensi keseluruhan operasi sehari-hari
3) Mengawasi pemeliharaan peralatan kantor, pemantauan, kalibrasi, dan perbaikan, serta penggantian persediaan yang hilang, bila perlu.
4) Membangun dan menjaga hubungan strategis dengan komunitas, serta menjalin hubungan dengan pelanggan yang ada dan potensial untuk membangun hubungan jangka panjang yang dapat dipercaya.

Brance operasional and servise manager pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar dibantu oleh tiga bagian dan memiliki tugasnya masing-masing yaitu:

1) CS

a) Penerima Tamu Komunikator, lewat cara memberi info serta keringanan pada nasabah yang memerlukan pertolongan.

b) Memberi Info product Bank

c) Melayan pembukuan serta penutupan rekening nasabah

d) Handling complaint, melayani semua bentuk complain dari nasabah

2) Teller

a) Melayani nasabah dalam soal transaski keuangan perbankan oleh nasabahnya

b) Melakukan pekerjaan yang diberikan oleh atasan

3) General support staff

Mempekerjakan karyawan baru, melatih, membimbing, mengawasi dan mendeskripsikan staf administrasi untuk efisiensi keseluruhan operasi sehari-hari. General support memiliki beberapa bagian untuk melaksanakan tugas-tugasnya yaiu: Security yang bertugas sebagai penjamu tamu dan menjaga keamanan bank, Driver yang bertugas sebagai mobilisasi pegawai bank, dan OB untuk membantu mengerjakan kegiatan sehari-hari pada bank

c. Junior custumer banking relationship manager

a) Mencari calon debitur (perorangan maupun badan hukum) yang membutuhkan pinjaman kredit

b) Memeriksa seluruh dokumen dari calon debitur

c) Menganalisa kelayakan calon debitur untuk diberikan kredit oleh bank

d) Menjaga debitur untuk tetap bernaung di bawah bank tempatnya bekerja.

Dalam menjalankan tugasnya Junior custumer banking relationship manager dibantu oleh beberapa bagian diantaranya:

CSE yang bertugas pada bagian penghimpunan dana dari masyarakat, Sales force Bekerja pada bagian pensiunan.

d. Pawning staff

Bertugas pada bagian gadai dan cicil emas

e. Micro

Micro bertugas pada pembiyaan usaha micro, pada umunya micro terbagi atas beberapa bagian diantaranya analyst yang bertindak sebagai penganlisis keadaan calon nasabah pembiayaan, kemudian RSE yang bertugas unuk mencari nasabah pembiayaan micro, admin micro yang bertugas pada bidang pencatataan dan administrasi micro, kemudian mitra micro yang menangani pembiayaan bermasalah.

5. Produk-produk dan Jasa PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Jenis-jenis Produk Tabungan yang tersedia di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar, diantaranya :

1. Tabungan BSM

Tabungan BSM adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jangkas dibuka dikonter BSM atau melalui ATM.

Manfaat :

a) Aman dan terjamin
b) Kemudahan dalam bertransaksi di seluruh outlet BSM
c) Kemudahan bertransaksi dimanapun saja dengan menggunakan layanan e-banking BSM
d) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah

Syarat Pembukaan Rekening :

a) Perorangan

1) Warga negara Indonesia : KTP/SIM
2) Warga negara asing : Paspor dan KIM/KITAS

b) Non Perorangan

1) Badan Hukum

a) Identitas pengurus sesuai dengan angaran dasar (AD)
b) Akte pendirian (AP)/AD dan Akta perubahan
c) Surat Keterangan Domisili, SIUP/Ijin Usaha, TDP, NPWP
d) Surat Penunjukan Khusus sebagai Kepala Cabang atau Kepala Bagian Keuangan atau Bendaharawan (apabia diperlukan)

2) Non Badan Hukum

a) Identitas pengurus sesuai dengan AD
b) AP/AD dan akta perubahan atau izin kegiatan atau tujuan perkumpulan/organisasi dari instansi yang berwenang
c) Surat keterangan susunan pengurus perkumpulan atau organisasi
d) Srat penunjukan bagi pihak-pihak yang berwenang mewakili perkumpulan/organisasi dalam melakukan hubungan dengan Bank

2.BSM Tabungan Mabrur

Adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.

Manfaat:

a. Aman dan terjamin

b. Kermudahan perencanaan pencapaian dana haji

c. Kemudahan pendaftaran haji melalui online SISKOHAT Kementerian Agama

Syarat Pembukaan Rekening

a. Kartu Identitas KTP/SIM

b. NPWP

3. BSM Tabungan Berencana

Adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang dan memiliki perlindungan asuransi untuk berbagai rencana Anda.

Manfaat:

a. Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang
b. Mendapatkan perlindungan asuransi secara gratis dan otomatis tanpa pemeriksaan kesehatan.
c. Memperoleh jaminan pencapaian target dana

4. Tabungan Investa Cendekia

Adalah tabungan berjangka dengan setoran bulanan tetap yang di desain untuk mempersiapkan danan pendidikan putra/putri Anda di masa depan.

Manfaat:

a. Kemudahan perencanaan keuangan masa depan, khusunsya untuk biaya pendidikan putra/putri.

b. Mendapatkan perlindugan asuransi secara otomatis, tanpa melalui pemeriksaan kesehatan.[42]

[42] Pt. Bank Syariah Mandiri Batu Sangkar

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Total Responden	Persentase %
1	Pria	32	32%
2	Wanita	68	68%
	Jumlah	100	100%

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin pria adalah sebanyak 32 orang atau sebesar 32% dan jumlah responden wanita adalah sebanyak 68 orang atau sebesar 68%. Dengan demikian nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Batusangkar yang menjadi responden pada penelitian ini adalah didominasi oleh wanita.

2. Karakteristi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Total Responden	Persentase %
1	Kurang dari 20 Tahun	13	13%
2	20-30 Tahun	34	34%
3	31-40 Tahun	24	24%
4	Lebih dari 40 Tahun	29	29%
	Jumlah	100	100%

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Dari tabel 4.2 diatas diketahui bahwa dari 100 orang responden nasabah di Bank Syariah Mandiri Batusangkar yang terdiri dari 13 orang atau 13% responden berusia kurang dari 20 tahun. 34 orang atau 34% responden berusia 20-30 tahun. 24 orang atau 24% responden berusia 31-40 tahun dan 29 orang atau 29% responden berusia lebih dari 40 tahun.

Dapat diketahui bahwa mayoritas usia responden pada penelitian ini adalah usia 20-30 tahun.

2. **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Total Responden	Persentase %
1	PNS	14	14%
2	Wiraswasta	16	16%
3	Mahasiswa /Pelajar	24	24%
4	Pensiunan	4	4%
5	Pedangang	8	8%
6	Lainnya	34	34%
	Jumlah	100	100%

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Dari tabel 4.3 diatas diketahui bahwa dari 100 orang responden nasabah di Bank Syariah Mandiri Batusangkar yang terdiri dari 14 orang atau 14 % responden bekerja sebagai PNS, 16 orang atau 16 % responden bekerja sebagai wiraswasta, 24 orang atau 24% masih mahasiswa/pelajar, 4 orang atau 4% responden pensiunan, 8 orang atau 8% responden pedagang dan 34 orang atau 34% responden. Dari data diatas menunjukkan mayoritas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar bekerja sebagai lainnya.

3. **Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.**

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan

No	Pendapatan	Total Responden	Persentase %
1	Dibawah 1 Juta	42	42%
2	1-2 Juta	31	31%
3	2-5 Juta	25	25%
4	Diatas 5 Juta	2	2%
	Jumlah	100	100%

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Dari tabel 4.4 diatas diketahui bahwa dari 100 orang responden nasabah di Bank Syariah Mandiri Batusangkar berdasarkan pendapatan terdiri dari 42 orang atau 42 % responden berpendapatan dibawah 1 juta, 31 orang atau 31 % responden berpendaptan 1-2 juta, 25 orang atau 25% berpendapatan 2-5 juta, 2 orang atau 2% responden berpendapatan lebih dari 5 juta. Dari data diatas menunjukkan mayoritas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar berpendapatan dibawah dari 1 juta.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan

No	Pendidikan	Total Responden	Persentase %
1	SD	6	6%
2	SMP	8	8%
3	SMA	42	42%
4	Diploma	5	5%
5	Strata (S1)	33	33%
6	Pascasarjana	6	6%
	Jumlah	100	100%

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Dari tabel 4.5 diatas diketahui bahwa dari 100 orang responden nasabah di Bank Syariah Mandiri Batusangkar yang terdiri dari 6 orang atau 6 % responden berpendidikan SD, 8 orang atau 8 % responden berpendidikan SMP, 42 orang atau 42 % responden berpendidikan SMA, 5 orang atau 5% responden berpendidikan Diploma, 33 orang atau 33% responden berpendidikan Strata (S1), 6 orang atau 6% responden berpendidikan pascasarjana. Dari data diatas menunjukkan mayoritas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar berpendidikan SMA.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

No	Jumlah Tanggungan	Total Responden	Persentase %
1	1-3	77	77%
2	3-5	13	13%
3	5-8	9	9%
4	8-12	1	1%
	Jumlah	100	100%

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Dari tabel 4.6 diatas diketahui bahwa dari 100 orang responden nasabah di Bank Syariah Mandiri Batusangkar yang terdiri dari 77 orang atau 77 % responden memiliki tanggungan 1-3 orang, 13 orang atau 13 % responden memiliki tanggungan 3-5 orang, 9 orang atau 9 % responden memiliki tanggungan 5-8 orang dan 1 orang atau 1% responden memiliki tanggungan 8-12 orang. Dari data diatas menunjukkan mayoritas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar memiliki tanggungan 1-3 orang.

C. Distribusi Jawaban Responden

Distribusi hasil jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kueisoner adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 *(Layanan Mobile Banking)*

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden Tentang Layanan *Mobile Banking*

No	Item	Jumlah Jawaban										Total	
		SS		S		CS		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X1.1	28	28%	43	43%	19	19%	10	10%	0	0	100	100
2	X1.2	28	28%	42	42%	17	17%	13	13%	0	0	100	100

3	X1.3	23	23%	47	47%	23	23%	7	7%	0	0	100	100
4	X1.4	26	26%	55	55%	14	14%	5	5%	0	0	100	100
5	X1.5	22	22%	43	43%	27	27%	8	8%	0	0	100	100
6	X1.6	28	28%	53	53%	17	17%	2	2%	0	0	100	100
7	X1.7	39	39%	38	38%	16	16%	7	7%	0	0	100	100
8	X1.8	30	30%	69	69%	1	1%	0	0	0	0	100	100

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Berdasarkan tabel 4.7 diatas sebagian responden memberikan jawaban setuju. Dimana hasil setuju terbanyak pada item nomor 8 yaitu dengan layanan *mobile banking* proses dalam bertransaksi lebih cepat. Dengan persentase mencapai 69% atau 69 responden.

2. Variabel X2 *(layanan Internet Banking)*

Distribusi hasil jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kueisoner adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Tentang layanan *internet banking*

No	**Item**	**Jumlah Jawaban**										**Total**	
		SS		**S**		**CS**		**TS**		**STS**			
		F	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**	**F**	**%**
1	X2.1	34	34%	46	46%	12	12%	8	8%	0	0	100	100
2	X2.2	31	31%	45	45%	19	19%	5	5%	0	0	100	100
3	X2.3	22	22%	53	53%	17	17%	8	8%	0	0	100	100
4	X2.4	21	21%	52	52%	21	21%	6	6%	0	0	100	100
5	X2.5	32	32%	42	42%	17	17%	9	9%	0	0	100	100
6	X2.6	16	16%	54	54%	25	25%	5	5%	0	0	100	100
7	X2.7	31	31%	53	53%	8	8%	8	8%	0	0	100	100

8	X.8	25	25%	54	54%	18	18%	3	3%	0	0	100	100

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Berdasarkan pada tabel 4.8 diatas sebagian responden memberikan jawaban setuju. Dimana hasil setuju terbanyak pada item nomor 6 dan 8 yaitu biaya yang dikenakan tidaklah besar dan setiap transaksi dapat dilakukan dengan cepat dengan persentase mencapai 54 % atau 54 responden.

3. Variabel Y (Keputusan nasabah)

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden Tentang Keputusan nasabah

No	Item	Jumlah Jawaban										Total	
		SS		S		CS		TS		STS			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y1.1	21	21%	39	39%	27	27%	13	13%	0	0	100	100
2	Y1.2	0	0	95	95%	5	5%	0	0	0	0	100	100
3	Y1.3	20	20%	45	45%	32	32%	3	3%	0	0	100	100
4	Y1.4	34	34%	45	45%	17	17%	4	4%	0	0	100	100
5	Y1.5	20	20%	49	49%	16	16%	7	7%	0	0	100	100
6	Y1.6	21	21%	53	53%	19	19%	7	7%	0	0	100	100
7	Y1.7	10	10%	62	62%	24	24%	4	4%	0	0	100	100
8	Y1.8	25	25%	50	50%	19	19%	6	65	0	0	100	100

Hasil : Penelitian Lapangan (2020) data diolah

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas sebagian responden memberikan jawaban setuju. Dimana hasil setuju terbanyak pada item nomor 2 yaitu karena mendapatkan informasi dari pihak bank. Dengan persentase mencapai 95 % atau 95 responden.

D. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan item-item dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefenisikan suatu variabel. Variabel item tersebut ditentukan dengan adanya skor total. Setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Untuk menentukan valid atau tidaknya item yang digunakan maka kegiatan yang harus dilakukan adalah membandingkan r_{hitung} dengan $r_{tabel.}$

1) Apabila r hitung > r table, maka item kuisioner tersebut valid.
2) apabila r hitung < r table maka item kuisioner tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini taraf signifikan yang digunakan adalah 0.05 atau 5% dengan N sebanya 100 orang sehingga r table dalam penelitian ini adalah 100-2 =98 dengan r tabel/ r kritis df = 0.1966

Hasil uji validitas tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas
X1 (Layanan *mobile banking*)

Item Pertanyaan	r-table	r-hitung	Keterangan
X1.1	0,1966	0,738	Valid
X1.2	0,1966	0,709	Valid
XI.3	0,1966	0,653	Valid
XI.4	0,1966	0,519	Valid
XI.5	0,1966	0,544	Valid
XI.6	0,1966	0,671	Valid
XI.7	0,1966	0,759	Valid
XI.8	0,1966	0,287	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS Versi 20, 2020

Hasil pengolahan data pada tabel 4.10 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (layanan *mobile banking*) menghasilkan nilai r-hitung lebih besar dari pada r-tabel, dimana nilai masing-masing r

hitung > r-table (0,1966). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas
X2 (Layanan *internet banking)*

Item Pertanyann	r-tabel	r-hitung	Keterangan
X2.1	0,1966	0,731	Valid
X2.2	0,1966	0,677	Valid
X2.3	0,1966	0,699	Valid
X2.4	0,1966	0,666	Valid
X2.5	0,1966	0,671	Valid
X2.6	0,1966	0,497	Valid
X2.7	0,1966	0,653	Valid
X2.8	0,1966	0,384	Valid

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20,2020

Hasil pengolahan data pada tabel 4.11 diatas dapat disimpulkan bahwa variable X2 (layanan *internet banking)* menghasilkan nilai r - hitung lebih besar dari pada r-tabel dimana nilai masing-masing r - hitung > r - tabel (0.1966). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Y (Keputusan Nasabah)

Item Pertanyaan	r-tabel	r-hitung	Keterangan
Y.1	0,1966	0,721	Valid
Y.2	0,1966	0,610	Valid
Y.3	0,1966	0,496	Valid
Y.4	0,1966	0,489	Valid
Y.5	0,1966	0,551	Valid
Y.6	0,1966	0,651	Valid
Y.7	0,1966	0,269	Valid
Y.8	0,1966	0,613	Valid

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20, 2020

Hasil pengolahan data pada tabel 4.12 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Y (Keputusan Nasabah) menghasilkan nilai r-hitung lebih besar dari pada r-tabel dimana nilai masing-masing r hitung > r–tabel (0.1966). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang kosisten. Reliabilitas diukur dengan menggunakan statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan realibel jika:

a. Jika nilai alpha > 0,60 berarti pernyataan reliabel.
b. Jika nilai alpha ≤ 0,60 berarti pernyataan tidak reliable.

Hasil reliabelitasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
24 item	0,900	Reliabel

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20,2020

Hasil pengolahan data pada tabel 4.13 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 yaitu sebesar 0,900 atau 0,900 > dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas.

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitasn ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

a) Melihat nilai tolerance.
   1) Jika nilai tolerance lebih > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
   2) Jika nilai tolerance < 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas pada data yang diuji.

b) Melihat nilai VIF.
   1) Jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji.
   2) Jika nilai VIF >10,00 maka terjadi multikolinearitas pada data yang diuji.

Hasil multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance	Kesimpulan
Layanan *Mobile banking*	2,335	0,428	Tidak terjadi multikolinearitas
Layanan *Internet banking*	2,335	0,428	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20,2020

Hasil pengolahan pada tabel 4.14 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance 0,428 > 0.10 dan nilai VIF 2,335 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variabel penganggu atau residual memiliki distribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Data yang berdistribusi normal mempunyai pola berdistribusi seperti kurva berbentuk bel, dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Ada dua cara yang dilakukan untuk menguji normalitas model regresi yaitu dengan analisis grafis (normal P-P plot) dan One sample Kolmogorof–Smirnov Test. Jika dengan normal probability plot, titik data membentuk pola linear maka dapat dikatakan berdistribusi normal. Apabila menggunkan cara uji One sample Kolmogorof – Smirnov Test dengan jika nilai sig > 0,05 maka data normal, dan apabila sig < 0.05 maka data tidak normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

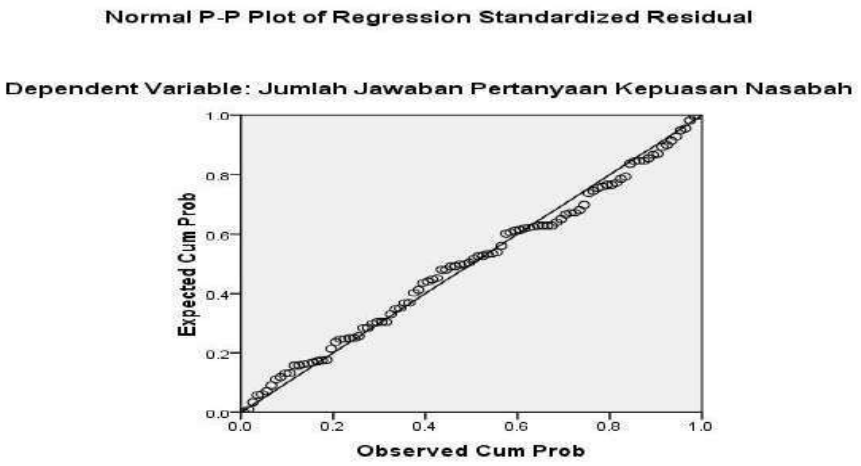
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20693884
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.573
Asymp. Sig. (2-tailed)		.897

Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS versi 20,2020

Dari tabel 4.15 diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai *Asymp.Sig.(2 tailed*) sebesar 0,897. Nilai signifikansinya lebih besar dari pada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal dan variabel yang diteliti dapat dilakukan untuk pengujian selanjutnya dan juga bisa dilihat pada tabel P-P plot dibawah ini yang mana dasar mengambil keputusannya yaitu:

a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1
Kurva Normal P-P Plot



Dari gambar 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik pada uji normalitas menggunakan Normal P-P Plot terbukti menyebar dengan normal berada disekitar garis diagonal sehingga residual menyebar normal. Jadi model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi diantara data pengamatan, dimana munculnya data tidak dipengaruhi oleh data yang sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (tidak terjadi autokorelasi). Dasar pengambilan keputusan (DW) sebagai berikut:

d. Jika d < dL atau d > 4-dL = terdapat autokorelasi

e. Jika dU < d <4-dU = tidak terdapat autokorelasi

Jika dL < d < dU atau diantara 4- dU< d< 4-dL, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti

Hasil uji Autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.795[a]	.632	.625	2.230	.632	83.444	2	97	.000	1.700

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20, 2020

D = 1,70

dU = 1,7152

dL = 1,6337

4-dU = 2,2848

4-dL = 2,3663

Berdasarkan olah data diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai dL < d < dU yakni 1,6337< 1,700 < 1,7152 yang berarti tidak ada kesimpulan dari data yang di uji.

d. Heteroskesidastisitas

Uji Heteroskesidastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Beberapa cara untuk melihat indikator heteroskedastisitas adalah:

1) Dengan mengamati scatter plot antara nilai prediksi terikat (ZPRED), dengan residual (SRESID). Apabila titik-titik membentuk pola teratur pada sumbu X dan Y data teridikasi terjadi heteroskedastisitas.

2) Dengan menggunkan rumus uji statistik diantaranya: uji park, glejser, uji white, uji goldfield-Quandtdan uji korelasi peringkat spearmen.[43]

Dasar dalam pengambilan keputusan yaitu bila signifikan hasil korelasi ≤ dari 0,05 (5%), makan persamaan dalam model tersebut mengandung heteroskedastisitas, dan jika signifikansi hasil korelasi ≥ 0,05 (5%), berarti non heteroskedastisitas atau homokedastisitas.[44]

Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji Heteroskesidastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.114	1.196		.095	.924
	jumlah jawaban dari pertanyaan mobile banking (X1)	.006	.054	.016	.107	.915
	Jumlah jawaban dari pertanyaan internet banking CS (X2)	.043	.053	.124	.807	.422

a. Dependent Variable: ABS_RES_1

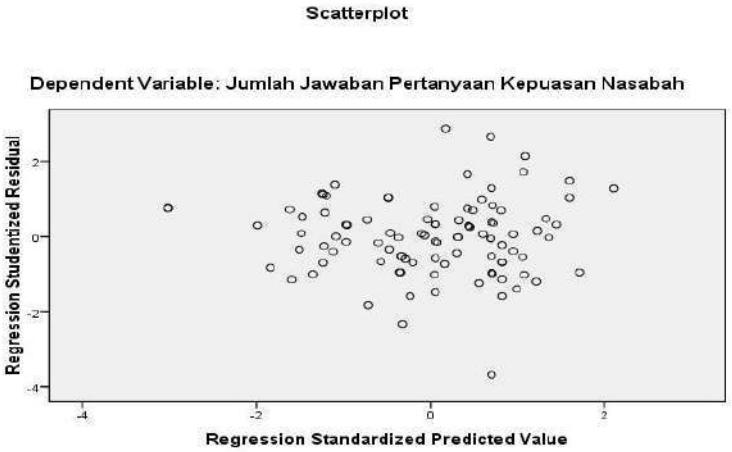
Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20,2020

[43] Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.hal 177-183

[44] Fajri Ismail, Statistika (Jakarta:Prenada Media, 2018), hal 220

Dari tabel 4.17 diatas dapat diambil kesimpulan bahwa signifikansi variabel layanan *mobile banking* 0,915 > 0,05 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan pada variabel layanan *internet banking* 0,422 > yang berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskesidastisitas



Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20, 2020

Berdasarkan pada gambar 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan tidak menyebar diatas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan dimasa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independent) terhadap satu variabel tak bebas (dependent). Dari analisis regresi berganda maka diperoleh:

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.487	1.842		4.065	.000		
	Jumlah jawaban Pertanyaan mobile banking (X1)	.387	.083	.440	4.679	.000	.428	2.335
	Jumlah Jawaban Pertanyaan internet banking	.356	.082	.408	4.341	.000	.428	2.335

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20,2020

Dari tabel 4.18 diatas dapat dibuat persamaan regresi yang didapatkan dari hasil peengolahan data diatas yaitu:

Y= a+b1X1+b2X2

Y= 7,487+0,387X1+0,356X2

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa sebelum dipengaruhi oleh layanan *mobile banking* (X1) dan *internet banking* (X2). Nilai keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar. (konstanta) sudah ada sebesar 7,487 satuan.

Jika nilai koefisien regresi sebesar 0,387 yang berarti apabila terjadi penambahan pada layanan *mobile banking* sebesar satu satuan, maka keputusan nasabah akan bertambah sebesar 0,387 satuan, dan jika koefisien regresi sebesar 0,356 yang berarti apabila terjadi penambahan layanan *internet banking* satu satuan maka keputusan nasabah akan bertambah sebesar 0,356 satuan.

2. Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi berusaha menjelaskan bagaimana arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dan seberapa erat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat itu. Koefisien korelasi merupakan akar pangkat dua koefisien determinasi. Dasar pengambilan keputusan yaitu: nilai korelasi (r) = ($-1 \leq 0 \leq 1$), misalnya:

a. Apabila r = -1 artinya korelasi negatif sempurna, terjadi hubungan bertolak belakang antara variabel X dan variabel Y, bila variabel X naik maka variabel Y turun.

b. Apabila r = 1 artinya korelasi positif sempurna, artinya terjadi hubungan searah variabel X dan variabel Y, bila variabel X naik maka variabel Y naik.

Tabel 4.19
Hasil Uji Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.795	.632	.625	2.230	.632	83.444	2	97	.000

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20, 2020

Pada tabel 4.19 diatas nilai koefisien korelasi sebesar 0,795 dengan nilai signifikan F Change 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan variabel bebas (layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking*) dengan variabel terikat (keputusan nasabah) berkorelasi positif kuat.

3. Koefisien Determinasai R^2

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking)* terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Nilai koefisien determinasi adalah 0 atau 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabei-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel- variabel dependen.

Hasil uji koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.795[a]	.632	.625	2.230	.632	83.444	2	97	.000	1.700

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20 ,2020

Dari tabel 4.20 diatas dapat diambil kesimpulan bahwa angka R Square atau koefisien determinasi adalah 0,632 (berasal dari 0,795X 0,795). Nilai R Square berkisar antara 0-1. Hasil nilai R Square sebesar 0,632 artinya kontribusi dari variabel layanan *mobile banking* (X1) dan layanan *internet banking* (X2) adalah 63,2% terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar. Sedangkan sisanya 36,8% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang dilakukan penulis.

4. Uji t

Uji t atau sering diartikan sebagai uji parsial bertujuan untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig *(significance).* Jika propbabilitas nilai t atau *significance* < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikat

Dengan ketentuan :

Jika sig < 0,05 = Ha diterima

Jika sig > 0,05 = Ha ditolak

Dengan ketentuan :

T hitung > T table = Ha diterima

T hitung < T table = Ha ditolak

Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.21
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
.(Constant)	7.487	1.842		4.065	.000
Jumlah jawaban Pertanyaan mobile banking (X1)	.387	.083	.440	4.679	.000
Jumlah Jawaban Pertanyaan internet banking (X2)	.356	.082	.408	4.341	.000

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20,2020

a. Variabel layanan *mobile banking*

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.21 di atas bahwa pengaruh layanan *mobile banking* terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar didapatkan nilai signifikan 0,00 < 0,05 dan t tabel < t hitung (1,984 < 4,679) maka dapat disimpulkan bahwa variabel layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

b. Variabel layanan *internet banking*

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.21 di atas bahwa pengaruh layanan *internet banking* terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar didapatkan nilai signifikan 0,00 < 0,05 dan t table < t hitung (1,984 < 4,341) maka dapat disimpulkan bahwa variable layanan *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

Jadi dapat disimpulkan bahwa H_a diterima karena berdasarkan hasil pengujian diatas diketahui bahwa layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

5. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1, X2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Untuk menentukan kesimpulan dapat dilihat pada ketentuan berikut:

H_0 diterima jika F hitung < F tabel maka H1 ditolak, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.

H_0 ditolak jika F hitung > F tabel maka H1 diterima, artinya variabel independen secara bersama-sama mempengeruhi variabel dependen. Jika signifikan > 0,05, maka H_0 diterima, jika signifikan < 0,05 maka H_0 di tolak.

Tabel 4.22
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	829.603	2	414.801	83.444	.000[a]
Residual	482.187	97	4.971		
Total	1311.790	99			

a. Predictors: (Constant), Jumlah Jawaban Pertanyaan mobile banking (X1), Jumlah jawaban Pertanyaan internet banking (X2)

b. Dependent Variable: Jumlah Jawaban Pertanyaan Keputusan Nasabah

Sumber :Data Primer diolah dengan SPSS versi 20, 2020

Dari tabel 4.22 diatas dapat diambil kesimpulan bahwa F hitung sebesar 83,444, sedangkan F tabel diperoleh dari df (K-1) atau 3-1 dan df 2 (n-k) atau 100-3= 97 yaitu 3,09. Dengan demikian dapat dilihat bahwa F hitung > F tabel 83,444 > 0,309 dan pada nilai signifikansi juga dapat dilihat yaitu 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

F. Analisis Penulis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda karena variabel independen yang digunakan lebih dari satu. Analisis ini digunakan untuk memperkirakan atau menghitung variabel X1, X2 (*mobile banking, internet banking*) yang mempengaruhi variabel Y (Keputusan Nasabah), setelah analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan Y= 7,487+0,387x1+0,356x2 dimana nilai konstanta sebesar 7,487 menunjukkan bahwa variabel layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* jika nilainya 0 maka keputusan nasabah memiliki nilai keputusan 7,487. Setiap kenaikan *mobile banking* sebesar satu satuan, maka akan meningkat keputusan nasabah di bank Syariah Mandiri Batusangkar sebesar 0,387. Setiap kenaikan *internet banking* sebesar satu satuan, maka akan meningkat keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar sebesar 0,356.

Teknik analisis koefisien korelasi sebesar 0,795 dengan nilai signifikan F Change 0,000 < 0,05, maka variabel independent (layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking*) dengan variabel dependent (keputusan nasabah) berkorelasi positif atau kuat.

Teknik analisis selanjutnya yaitu analisis koefisien determinasi adalah sebesar 0,632, hal ini menunjukkan bahwa variabel independent (layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking*) mempunyai pengaruh sebesar 63,2% terhadap variabel dependent (keputusan nasabah). Sedangkan sisanya 36,8% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang dilakukan penulis.

Hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar. Setelah dilakukan analisis dengan menggunakan regresi linear berganda, dapat dilihat dengan hasil uji F yang menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dimana diperoleh F hitung > F tabel yaitu 83,444 > 0,309 dan pada nilai signifikansi juga dapat dilihat yaitu 0,000 < 0,05 sehingga Ho ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah mandiri batusangkar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Apriatni Dkk (2016), Pengaruh Kualitas Produk Mandiri Mobile Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Kcp Semarang Majapahit), dimana dalam penelitian ini didapatkan hasil yang sama bahwa layanan mandiri mobile berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah

Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian diatas bahwa layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah di buat dan dinyatakan sebagai mana dalam Ayat Al-Quran yang menjelaskan tentang kehandalan dalam kualitas layanan pada perbankan syariah adalah : Q.S:

Al-Nahl ayat 91

وَأَوۡفُواْ بِعَهۡدِ ٱللَّهِ إِذَا عَٰهَدتُّمۡ وَلَا تَنقُضُواْ ٱلۡأَيۡمَٰنَ بَعۡدَ تَوۡكِيدِهَا وَقَدۡ جَعَلۡتُمُ ٱللَّهَ عَلَيۡكُمۡ كَفِيلًاۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَعۡلَمُ مَا تَفۡعَلُونَ ٩١

Artinya: *Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.*

Pengaruh suatu layanan terhadap ekonomi di jelaskan dalam ayat di atas yang menjelaskan tentang melayani dengan apa yang telah di tetap kan, sebagaimana di jelaskan bahwa Allah maha tahu atas apa yang telah kita lakukan termasuk dalam layanan apakah kita melakukan pelayanan dengan baik atau buruk baik itu pelayanan pada sebuah bank maupun pada perusahaan lainnya.[45]

[45] Al-Mahali Imam Jalaludin. *Tafsir Jalalain*. Bandung: Algesindo. 2008.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar maka dapat dihasilkan kesimpulan bahwa layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* berpengaruh terhadap keputusan nasabah sebagai berikut:

1. Layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar yang dibuktikan dengan nilai signifikansi yaitu 0,00 < 0,05 untuk layanan *mobile banking* dan 0,00 < 0,05 untuk variabel layanan *internet banking* dan secara simultan ada pengaruh variabel layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar dengan nilai signifikan sebesar 0,00 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan Terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.
2. Besarnya hasil uji determinasi ($R^{2)}$ yang diberikan oleh layanan *mobile banking* dan layanan *internet banking* Terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar yaitu sebesar 0,632 atau 63,2%. Sedangkan sisanya 36,8% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian yang dilakukan penulis.

B. Saran.

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat diajukan beberapa saran yang bertujuan untuk kemajuan Bank Syariah Mandiri Batusangkar yaitu sebagai berikut**:**

1. Bank Syariah Mandiri Batusangkar harus lebih memperhatikan layanan yang ada pada bank termasuk kedalamnya layanan *mobile banking* dan *internet banking*. karena pada dasarnya layanan merupakan indikator penting dari keputusan nasabah, agar nasabah tetap bertahan serta memilih dan memutuskan untuk bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Batusangkar
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan variabel penelitian yaitu hanya terfokus pada layanan *mobile banking* dan *internet banking* saja, diharapkan untuk penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan menambah variabel lain yang juga ikut mempengaruhi keputusan nasabah memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar.
3. Penelitian ini menggunakan populasi dengan jumlah yang sedikit, sebaiknya pada penelitian selanjutnya menggunakan populasi dengan skala yang lebih luas dan tidak hanya pada Bank Syariah Mandiri Batusangkar saja, tapi semua Bank Syariah yang ada di Batusangkar sehingga bisa mendapatkan hasil yang lebih maksimal untuk mengetahui perbandingan antara bank yang satu dengan bank yang lain dalam mewujudkan Bank Syariah yang lebih baik lagi.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Al-Mahali Imam Jalaludin. (2008). *Tafsir Jalalain*. Bandung: Algesindo.

Iska Syukri. (2012). *Sistem Perbankan Syariah Diindonesia Dalam Perspektif Fiqh Ekonomi*. Yogyakarta: Fajar Media Press.

Karim Adiwarman A. (2013). *Bank Islam Analisis Fiqih Dam Keuangan*. Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada.

Kasmir. (2014). *Dasar-Dasar Perbankan Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Khotler Philip, Dkk. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kristaung Robert. (2011). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi Dan Manajemen Informatika*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Machmud Amir Dan Rukmana. (2010). *Bank Syariah Teori, Kebijakan Dan Studi Empiris Di Indonesia*. Jakarta: Erlangga

Muhidin Sambas Ali Dan Maman Abdurahman. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Cv Pustaka Setia.

Priyatno Duwi. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan Spss*. Yogyakarta: Mediakom.

Riduwan. *(*2013). *Belajar Mudah Penelitian Guru Karyawan Dan Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta.

Saeed Abdullah. (2008). *Bank Islam Dan Bunga Studi Kritis Larangan Riba Dan Inter Pretasi Kompemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sarwono Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Soemitra Andri. (2009). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah.* Jakarta: Kencana.

Sofian Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandigan Perhitungan Manual & SPSS.* Jakarta: Pramedia Group

Sumar'in. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Umar Husen, (2010) *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis.*

Zulganef.(2013). *Metode Penelitian Sosial Dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Bela Marea Samba Bela. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Berdasarkan Karakteristik Demografi Pada Pt Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sarana Prima Mandiri Pamekasan*. Tulung Agung: Iain Tulung Agung

Inayah Nur. (2018). *Model Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Bank Syariah*. Semarang: Uin Walisongo. Jurnal.

Laili Rahmatul. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Murabahah Di Bprs Central Syariah Utama Surakarta.* Surakarta:Iain Surakarta. Jurnal.

Rahmah Yuslia Naili. (2018). *Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Diy)*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta,), Jurnal.

Wasilah Hikmatul. (2016). *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bri Syariah Cabang Mataram.* Mataram: Iain Mataram. Jurnal.

Yana Amalia, (2017) Pengaruh Persepsi Nasabah Perbankan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking (Studi Pada Nasabah Perbankan Internet Banking Di Bri Kantor Cabang Purwokerto)*. Purwokerto: *Iain Purwokerto.* Jurnal

Yuliansyah Yogi. (2017). *Analisis Pengaruh Layanan Mobil Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syaraiah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang* Yogyakarta. Yogyakarta: Uin Suanan Kali Jaga. Jurnal.

PT. Bank Syariah Mandiri Batusangkar.

.

Lampiran:

18 Maret 2020
No. 22/246b-3/319

mandiri syariah

PT. Bank Syariah Mandiri
KC Batusangkar
Jl. Soekarno – Hatta No. 13
Pasar Batusangkar
Tanah Datar – 27212
Telp. (0752) 72500-574700
Fakx. (0752) 72501
www.syariahmandiri.co.id

Kepada
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam – Sumatera Barat

U. p.: Yth. Bapak Dr. Iiz Izmamuddin, MA

Perihal: **SELESAI PENELITIAN MAHASISWA IAIN BUKITTINGGI**

Reff : Surat Kementrian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No. B-0556/In.26.3/PP.00.7/03/2020 Tanggal 03 maret 2020 Hal : Mohon Izin Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak beserta Staff senantiasa berada dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT, amin.

Sehubungan dengan permohonan penelitian awal penulisan proposal skripsi Mahasiswa IAIN Bukittinggi kami sampaikan bahwa Mahasiswa dengan data sebagai berikut:

No	Nama	NIM	Program Studi	Fakutas
1	Habil Febrian	3316281	Perbankan Syariah	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah Selesai penelitian skripsi pada PT Bank Syariah Mandiri KC Batusangkar dengan judul "Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking dan Internet Banking Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Mandiri Batusangkar".

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan persetujuan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI
CABANG BATUSANGKAR

Nia Frihana
Branch Manager

Nandi Anwar
Branch Operation & Service Manager

Dipindai dengan CamScanner


mandiri
syariah priority


mandiri
syariah priority


3 BULAN
6 BULAN
12 BULAN
KURS VALUTA ASING
BUY
SELL
BANK NOTES
BUY
SELL
14.660
15.000
14.690
14.990
3.750
3.830
3.500
3.970