PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEAMANAN PRODUK BSI MOBILE TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP DHAMASRAYA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai syarat seminar proposal pada program studi Perbankan Syariah

Oleh :

OPI MAHENDRA

NIM. 3322199

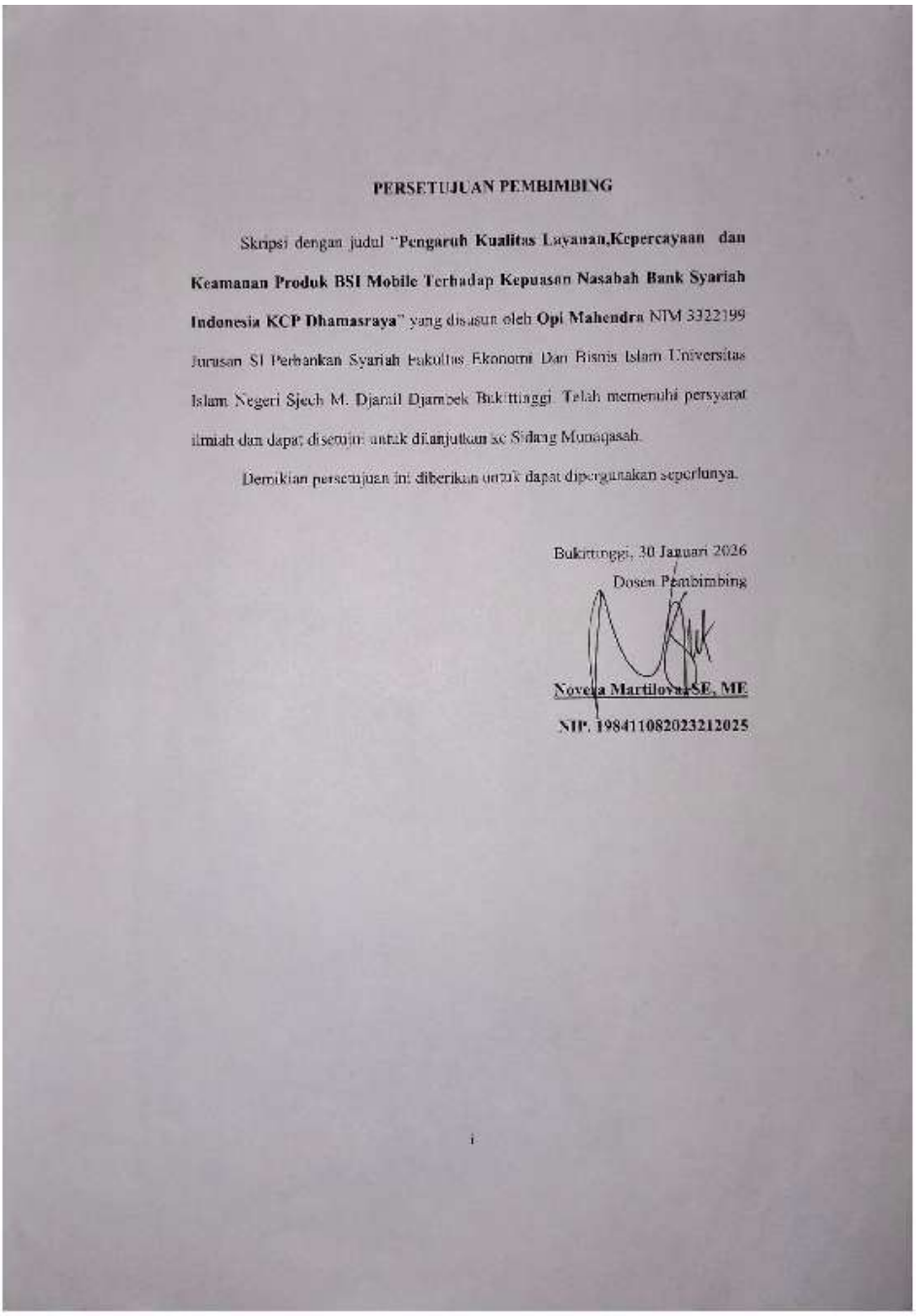
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

TAHUN 2025/2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "**Pengaruh Kualitas Layanan,Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya**" yang disusun oleh **Opi Mahendra** NIM 3322199 Jurusan SI Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Telah memenuhi persyarat ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang Munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 30 Januari 2026

Dosen Pembimbing

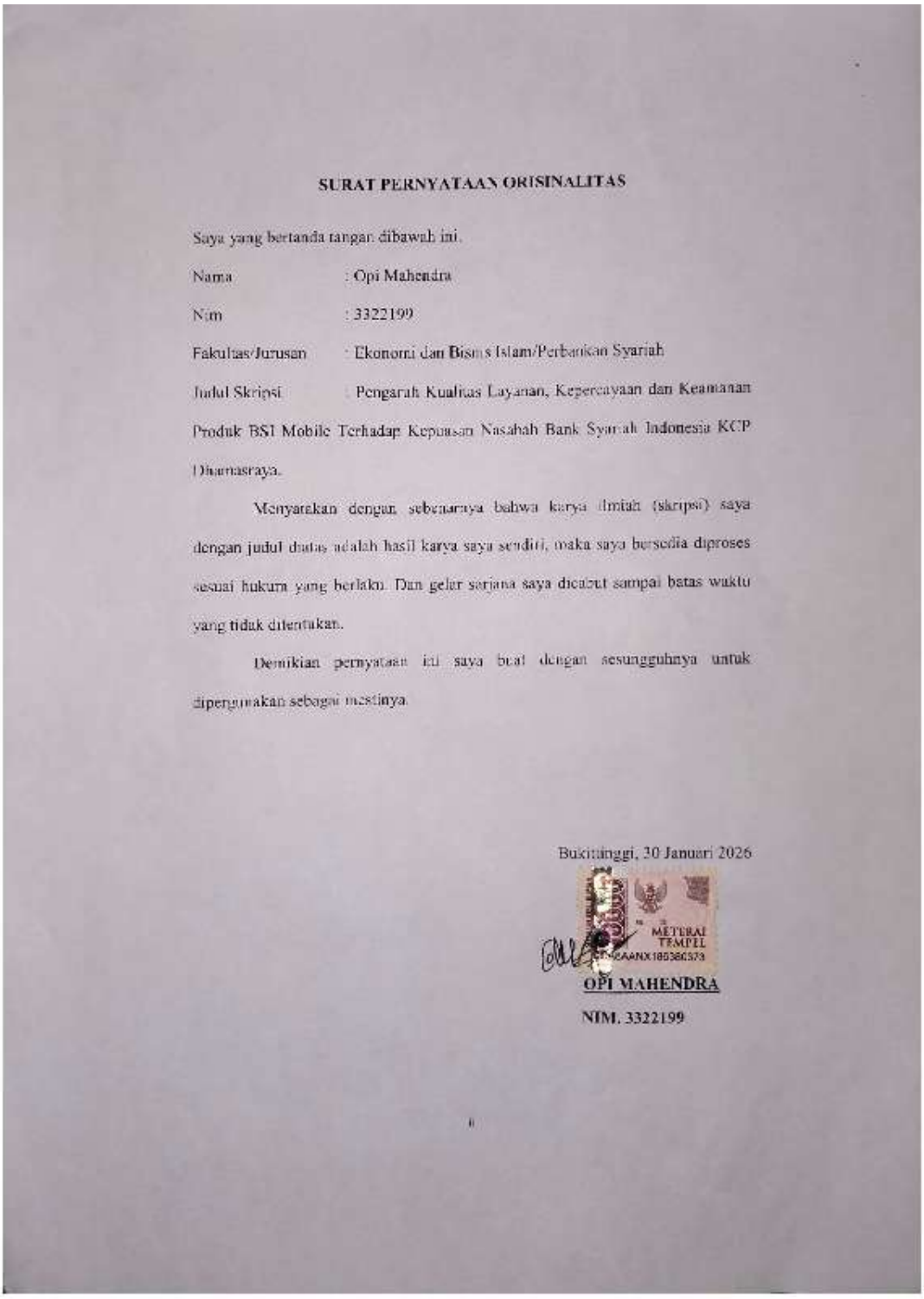
Novela Martilova, SE, ME

NIP. 198411082023212025

i

Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Opi Mahendra

Nim : 3322199

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul diatas adalah hasil karya saya sendiri, maka saya bersedia diproses sesuai hukum yang berlaku. Dan gelar sarjana saya dicabut sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Bukittinggi, 30 Januari 2026

METERAI TEMPEL

OPI MAHENDRA

NIM. 3322199

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

بِسْـــــــــــمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

Alhamdulillahi rabbil 'alamin. Puji dan Syukur kehadirat Allah SWT. Atas segala Rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya.**

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E), Strata Satu (S.1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai berkat dukungan dan bantuan dari segala pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semuanya secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus pada kesempatan ini disampaikan terimakasih kepada:

Yang teristimewah pahlawanku dan panutanku, **Ayah Dedi Hendra dan pintu syurgaku ibu Yurnati**. Terimakasih telah berjuang untuk kehidupan penulis, mendidik, membesarkan, dan menyekolahkan penulis dari kecil hingga bangku perkuliahan. Penulis tidak tau dengan apa penulis membalas kasih sayang dan perjuangan beliau untuk penulis. . Namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, senantiasa memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana. Terkhusus untuk pintu syurgaku terimakasih

telah berjuang membantu mencari nafkah demi mencukupi segala biaya penulis selama penulis menginjakkan kaki di kampus Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi ini dan yang selalu menjadi alasan penulis untuk lebih kuat dan keras lagi dalam berjuang. Dan yang terhormat kepada:

1. Ibu **Prof. Dr. Silfia Hanani, S.Ag., M.Si**, Selaku Rektor Universitasm Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi beserta bapak/ ibu Wakil Rektor.
2. Bapak **Dr. Aidil Alfin, M.Ag**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Ibuk **Habibatur Ridhah, M.M**, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak **Harfandi, SE,M.Si** selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibuk Novera Martilova, SE, ME, selaku Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, yang telah mengarahkan, membimbing dan yang telah meluangkan waktu serta pikiran untuk memberikan arahan.
6. Bapak dan Ibu dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi khususnya Dosen FEBI yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2022 khususnya Program Studi Perbankan Syariah 22'E yang memberikan dukungan selama perkuliahan hingga skripsi ini terselesaikan.
9. Kepada kedua saudara kandung penulis, Adelia Mahendra s.pd. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kakak penulis, yang selama ini telah menjadi panutan, sumber Inspirasi,serta motivator bagi penulis. dan Royken Fordosky. Terima kasih atas dukungan moral yang diberikan, baik melalui do'a maupun perhatian yang tulus.kehadiran kalian adalah pengingat bahwa dalam setiap perjuangan, ada alasan untuk terus melangkah.
10. Teruntuk yang paling terkasih saudara Zilal Robani, terimakasih telah menjadi pendengar dan *supporter* terbaik dalam menemani penulis dalam penulisan skripsi ini untuk mendapatkan gelar SE yang sudah lama penulis perjuangkan.
11. Kepada Keluarga besar, penulis ucapkan terimaksih yang telah mensuport penulis dari awal sampai selesai dan semua pihak yang ikut membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu.

Semoga bimbingan dan bantuan yang Bapak dan Ibu berikan menjadi amal kebaikan dan mendapat balasan yang sesuai dari Allah SWT. Semoga karya yang masih jauh dari kesempurnaan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan pendidikan.

Akhirnya penulis ucapkan puji syukur kehadirat Allah atas selesainya penyusunan karya ilmiah ini, mudah-mudahandapat berguna dan sebagai amal jaryah disisi Allah SWT, serta semoga semua jerih payah dari semua pihak tersebut dibalas dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin Ya Rabbilb A,lamin.

Bukittinggi,30 Januari 2026

Opi

Nim.3322199

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING i

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR LAMPIRAN xi

ABSTRAK xii

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah 8

C. Batasan Masalah 8

D. Rumusan Masalah 8

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian 9

F. Penjelasan Judul 11

BAB II 13

LANDASAN TEORI 13

A. Landasan Teori 13

1. Kepuasan Nasabah 13
2. Kualitas layanan 19
3. Kepercayaan 25
4. Keamanan 39
5. Teori Hubungan layanan dan kepuasan 51

6. Teori Hubungan kepercayaan dan kepuasan 53
7. Teori Hubungan keamanan dan kepercayaan 54
B. Penelitian Terdahulu 56
C. Defenisi Operasional Variabel 60
D. Kerangka Berfikir 62
E. Hipotesis 63
BAB III 13
METODE PENELITIAN 13
A. Metode Penelitian 13
1. Jenis Penelitian 13
2. Lokasi dan waktu penelitian 13
3. Jenis dan Sumber Data 13
4. Populasi Dan Sampel 15
5. Teknik Pengumpulan Data 16
6. Teknik Analisa Data 19
BAB IV 77
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 77
A. Gambaran Umum 77
B. Karakteristik Responden 79
1. Berdasarkan Jenis Kelamin 79
2. Berdasarkan Usia 79
3. Berdasarkan Perkerjaan 80
C. Hasil Analisis Data 81
1. Uji Instrumen penelitian 81
2. Uji Asumsi Klasik 83

3. Regresi Linear Berganda 86
4. Uji Koefisien Determinasi 88
5. Uji Hipotesis 89
D. Pembahasan 91
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah 91
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah 93
3. Pengaruh Keamanan Produk terhadap Kepuasan Nasabah 94
4. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Keamanan Produk terhadap Kepuasan Nasabah 95
BAB V 96
PENUTUP 96
A. Kesimpulan 96
B. Saran 97
DAFTAR PUSTAKA 97
LAMPIRAN 97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1: Data Nasabah yang Mengalami Masalah Mobile banking 6

Tabel 1. 2 Data jumlah nasabah dan pengguna aplikasi..... 7

Tabel 2. 1. Landasan teori 56

Tabel 2. 2 Oprasional Variabel..... 60

Tabel 3. 1 kusioner atau angket..... 18

Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin 79

Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan usia..... 79

Tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan perkerjaan..... 80

Tabel 4. 4 Uji Validitas 81

Tabel 4. 5 Uji Reabilitas 83

Tabel 4. 6 Uji Normalitas 83

Tabel 4. 7 Uji Autokorelasi..... 84

Tabel 4. 8 Uji Multikoloniaritas..... 85

Tabel 4. 9 Uji Heterokedastisitas 86

Tabel 4. 10 Tabel Regresi Linear..... 86

Tabel 4. 11 Determinasi..... 88

Tabel 4. 12 Uji T..... 89

Tabel 4. 13 Uji F 90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing..... 97

Lampiran 2 Karakteristik Responden..... 98

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian..... 99

Lampiran 4 Surat balasan..... 100

Lampiran 5 Pernyataan Kuesioner..... 101

Lampiran 6 Data Responden..... 107

Lampiran 7 Tabulasi Data..... 111

Lampiran 8 Hasil Uji..... 127

Lampiran 9 Tabel F..... 132

Lampiran 10 Tabel T..... 133

Lampiran 11 Dokumentasi..... 134

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Keamanan Produk BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya"** yang disusun oleh OPI MAHENDRA NIM 3322199, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dibawah bimbingan ibu Novera Martilova, SE, ME.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan layanan digital perbankan yang tidak sepenuhnya diikuti dengan peningkatan kepuasan nasabah, khususnya pada layanan BSI Mobile. Dalam beberapa tahun terakhir masih ditemukan berbagai kendala teknis, seperti gangguan sistem, kesulitan akses, serta kekhawatiran nasabah terhadap aspek keamanan, yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya, baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna BSI Mobile, dengan sampel yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk BSI Mobile berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya, yang dibuktikan melalui uji F dengan nilai F hitung 223,278 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,978, yang berarti 97,8% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh model penelitian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Nilai koefisien determinasi yang mendekati 100% ini menunjukkan bahwa kontribusi kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk terhadap kepuasan nasabah tergolong sangat kuat.

Kata kunci: Kualitas layanan, Kepercayaan, Keamanan, BSI Mobile, Kepuasan Nasabah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa sekarang ini, kebutuhan akan informasi dan komunikasi semakin tinggi. Kebutuhan tersebut dibutuhkan oleh seluruh kalangan masyarakat tanpa terkecuali, khususnya dalam dunia perbankan. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa banyak pengaruh terhadap perubahan perilaku dan kebiasaan masyarakat. Hal ini membuat masyarakat membutuhkan sesuatu yang cepat dan mudah untuk setiap kegiatan yang dilakukan. Kebutuhan ini juga diharapkan dalam aktivitas ekonomi, salah satunya adalah sistem pembayaran. Sistem pembayaran berbasis teknologi tersebut kemudian diadopsi menjadi sistem pembayaran elektronik yang menawarkan berbagai keuntungan dan manfaat, sehingga sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat di era globalisasi.

Perbankan memiliki peranan penting dalam menunjang aktivitas perekonomian suatu negara. Hal ini tidak terlepas dari fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan yang mengatur lalu lintas pembayaran dan menjaga kestabilan sistem keuangan. Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan disebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan serta jasa-jasa lainnya, dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Menurut Ensiklopedia Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya memberikan kredit serta jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang, dengan pengoperasian yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Keberadaan bank Islam bertujuan tidak hanya sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai sarana untuk mewujudkan aktivitas ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, keterbukaan, dan larangan praktik riba.1

Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai bank syariah terbesar di Indonesia juga turut menghadirkan layanan digital melalui aplikasi BSI Mobile. Kehadiran aplikasi ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat rasa kepercayaan nasabah, serta menjamin keamanan produk yang digunakan. Dengan demikian, keberhasilan BSI Mobile dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, terpercaya, dan aman akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah serta loyalitas mereka terhadap bank.2

Sesuai dengan firman allah qur'an surat ar-rahman ayat 33

يٰمَعْشَرَ الْجِنِّ وَالْاِنْسِ اِنِ اسْتَطَعْتُمْ اَنْ تَنْفُذُوْا مِنْ اَقْطَارِ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ فَانْفُذُوْاۗ لَا تَنْفُذُوْنَ اِلَّا بِسُلْطٰنٍ ۝٣٣

Artinya: Wahai segenap jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, tembuslah. Kamu tidak akan mampu menembusnya, kecuali dengan kekuatan (dari Allah).

1 Warkum Sumitro, Azaz-Azaz Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Keuangan Terkait, (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 2004), Cet.4, hal.5.

2 UU No.10 tahun 1998 Tentang Perbankan

Ayat ini memberikan isyarat bahwa manusia dianjurkan untuk terus mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai sarana mencapai kemaslahatan, termasuk dalam bidang ekonomi dan perbankan.

Industri perbankan syariah telah mengalami perkembangan yang pesat dan semakin memiliki landasan hukum yang kuat, khususnya dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dalam undang-undang tersebut dijelaskan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, serta menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Dengan adanya dasar hukum tersebut, perbankan syariah di Indonesia semakin memiliki legitimasi yang kokoh dalam menjalankan operasionalnya. Hal ini sekaligus menjadi landasan bagi perkembangan produk dan layanan keuangan syariah yang lebih variatif, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, perbankan syariah berfungsi tidak hanya sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai sarana untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas ekonomi, seperti prinsip keadilan, transparansi, dan larangan riba.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya sistem keuangan yang sesuai syariah, bank syariah semakin dituntut untuk menghadirkan layanan yang modern, praktis, serta tetap memegang teguh prinsip syariah. Perkembangan teknologi digital menjadi salah satu peluang besar yang dapat dimanfaatkan industri

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, perbankan dituntut untuk melakukan inovasi layanan agar tetap mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah layanan mobile banking. Mobile banking hadir sebagai solusi praktis dalam memfasilitasi transaksi perbankan tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Kehadiran layanan ini sangat membantu nasabah, khususnya dalam melakukan berbagai aktivitas keuangan seperti transfer, pembayaran, pembelian, hingga pengecekan saldo secara cepat, aman, dan efisien.

Perbankan syariah untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan layanan, dan memberikan kemudahan bagi nasabah. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah hadirnya layanan digital banking seperti BSI Mobile yang dioperasikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Layanan ini tidak hanya menjadi sarana transaksi keuangan berbasis syariah yang cepat dan mudah, tetapi juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat kepercayaan masyarakat, serta menjamin keamanan dalam setiap transaksi. Dengan demikian, keberadaan BSI Mobile merupakan bukti nyata bahwa industri perbankan syariah mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman sekaligus tetap menjaga prinsip syariah dalam setiap layanannya.3

Perbankan sebagai lembaga intermediasi memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat, yaitu menyalurkan dana dari pihak surplus ke pihak defisit. Untuk mempertahankan sekaligus menarik nasabah baru, bank dituntut

3 Undang-Undang Perbankan Syariah No 21 tahun 2008: Nurnasrina, Perbankan Syariah , (Pekanbaru: Suska Press, 2012), hal.20

terus berinovasi. Salah satu wujud inovasi tersebut adalah pemanfaatan teknologi informasi melalui layanan Mobile Banking (M-Banking). Dalam perbankan syariah, mobile banking merupakan pengembangan dari layanan sebelumnya seperti SMS Banking dan Internet Banking. Layanan ini memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan secara praktis melalui smartphone berbasis Android, iOS, maupun Windows. Kehadiran mobile banking menjadi bukti komitmen bank syariah dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempermudah akses nasabah terhadap produk perbankan.4

Kualitas layanan (service quality) merupakan perbandingan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan nasabah. Jika layanan yang diterima melebihi harapan, maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya, jika lebih rendah dari harapan, layanan dianggap tidak bermutu dan menimbulkan kekecewaan.5 Kepuasan nasabah tercapai ketika produk dan layanan sesuai atau melebihi harapan mereka. Produk yang berkualitas tanpa didukung layanan yang baik akan mengecewakan, begitu juga sebaliknya, layanan yang baik tanpa produk berkualitas tidak akan memberi kepuasan. Dengan demikian, kualitas produk dan kualitas layanan memiliki hubungan erat dalam menciptakan kepuasan nasabah.6

4 Muammar Arafat Yusmad, Aspek Hukum Perbankan Syariahdari Teori ke Praktik, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hal.79

5 M. Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.213.

6 Freddy Rangkuti, Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka, 2013), hal.8.

Namun, pada kenyataannya tidak semua nasabah dapat merasakan kenyamanan dalam menggunakan layanan digital tersebut. Berdasarkan hasil observasi awal di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Dharmasraya, ditemukan adanya sejumlah nasabah yang mengalami kendala dalam penggunaan aplikasi BSI Mobile, terutama dalam aspek keamanan dan keandalan sistem. Beberapa masalah yang sering muncul antara lain kesulitan login ke akun, error pada saat melakukan transaksi, serta gangguan akses aplikasi. Data tiga tahun terakhir menunjukkan bahwa jumlah nasabah BSI KCP Dharmasraya yang mengalami kendala dalam penggunaan BSI Mobile mengalami peningkatan setiap tahunnya, sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. 1: Data Nasabah yang Mengalami Masalah Mobile banking

Tahun	Jumlah
2022	150
2023	260
2024	290
2025	310
Total	**1.010**

Sumber: BSI KCP Dharmasraya

Di dukung juga oleh hasil wawancara dengan salah satu nasabah pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Dharmasraya, yaitu Putri Lubis, diketahui bahwa kualitas layanan aplikasi masih dirasakan rendah. Hal ini karena aplikasi sering mengalami error, misalnya saat melakukan transfer pada malam hari sering muncul notifikasi layanan tidak tersedia. Namun demikian, ia tetap merasa puas dan terus menggunakan layanan tersebut, sebab

mobile banking memudahkannya bertransaksi tanpa harus datang ke bank serta memberikan keuntungan berupa bebas biaya administrasi.7

Adapun jumlah nasabah pengguna aplikasi mobile banking yaitu:

Tabel 1. 2 Data jumlah nasabah dan pengguna aplikasi

Tahun	jumlah nasabah	Pengguna
2022	1.550	465 pengguna
2023	1.596	500 pengguna
2024	1.644	540 pengguna
2025	1.694	700 pengguna

Masalah-masalah tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh nasabah. Menurut teori kualitas layanan (*service quality*), kepuasan nasabah akan tercapai apabila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan mereka. Jika pelayanan tidak memenuhi ekspektasi, maka akan muncul ketidakpuasan yang berpotensi menurunkan loyalitas nasabah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk BSI Mobile menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak manajemen BSI agar dapat mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui penelitian yang berjudul: "Pengaruh kualitas layanan kepercayaan dan keamanan produk BSI mobile terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia"

7 Putri Lubis Mahasiswi Ekonomi Islam Wawancara, Bukittinggi, 17, September 2025

B. Identifikasi Masalah

Berkaitan dengan latar belakang yang telah dikemukakan maka peneliti mengambil beberapa permasalahan yang muncul di antaranya:

1. Layanan BSI Mobile masih sering mengalami error sehingga menurunkan kualitas layanan.
2. Tingkat adopsi aplikasi BSI Mobile di KCP Dharmasraya masih relatif rendah dibandingkan dengan jumlah keseluruhan nasabah.
3. Faktor kepercayaan terhadap keamanan sistem digital masih menjadi kendala utama dalam meningkatkan jumlah pengguna.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, pembahasan dibatasi hanya pada layanan BSI Mobile sebagai produk digital bank syariah indonesia. Penelitian hanya menitik beratkan pada pengaruh kualitas layanan, kepercayan, dan keamanan produk terhadap kepuasan nasabah.subjek penelitian pada nasabah yang menggunakan aplikasi BSI Mobile secara aktif, sehingga tidak mencakup nasabah non-pengguna maupun faktor lain di luar variabel penelitian.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia KCP Dharmasraya?

2. Seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia KCP Dharmasraya?
3. Seberapa besar pengaruh keamanan produk BSI Mobile berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah indonesia KCP Dhamasraya?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan keamanan produk BSI mobile terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia KCP Dharmasraya?

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap permasalahan yang diteliti sehingga memberikan sumbangan pemikiran kepada para pembaca, maka:

1. Tujuan penelitian
   a. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia KCP Dharmasraya
   b. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia KCP Dharmasraya
   c. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh keamanan produk BSI Mobile berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah indonesia KCP Dhamasraya

d. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan kepercayaan dan keamanan produk BSI mobile terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia KCP Dharmasraya.

2. Manfaat penelitian

Pada penulisan ini terdapat manfaat teoritis dan praktis dalam penelitian ini adalah:

a. Manfaat teoritis

hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang perbankan syariah khususnya mengenai BSI Mobil Banking.

b. Manfaat pratis

a) bagi peneliti

Penelitian ini meberikan pengalaman dan pengetahuan praktis dalam menganalisis dampak pengaruh kualitas layanan,kepercayaan dan keamanan produk bsi mobile terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah indonesia kcp damasraya. Selain, penelitian ini memperkuat kemampuan peneliti dalam mengumpulkan dan mengolah data secara sistematis.

b) Bagi BSI

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi BSI dalam memperhatikan aplikasi mobile banking.

F. Penjelasan Judul

Berdasarkan judul peneliti ambil **"Pengaruh Kualitas, Kepercayaan, Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Idonesia"** maka penjelasan judul sebagai berikut:

1. Pengaruh

   Melalui Kamus KBBI (Besar Bahasa Indonesia), menjelaskan va kata pengaruh memilki arti kemampuan yang ada atau muncul sesuatu atau objek (orang, benda) dengan turut serta membentuk pikir karakter, kepercayaan (yang diyakininya), atau perbuatan orang.8

2. Kualitas layanan

   Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan pelanggan baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Ketika suatu produk yang diinginkan pelanggan dapat terlihat kualitas tersebut, sehingga perusahan akan menerimah efek.

   Pelayanan adalah suatu kegiatan atau tindakan yang dilakukan oleh seeorang atau organisas iuntuk memenuhi kebutuhan atau keinginan orang lain.pelayanan dapat berupa jasa, produk, atu informasi yang diberikan kepada pelanggan atau pengguna.

8 Samuellinggi topyayung "pengauh kepemimpinankristen terhadap kebijakan publik" jokjakarta: KBM Indonesia" thn. 2025 hal. 8

3. Kepercayaan

sistem kepercayaan adalah satu kepercayaan yang bersistem dan bagian-bagiannya saling mendukung. Bagian-bagian dari setiap sistem kepercayaan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai religi, filosofis, ideologis, atau kombinasi dari ini. Jonathan Glover mengatakan bahwa kepercayaan merupakan sebagian dari sistem kepercayaan, dan sistem kepercayaan ini sulit untuk benar-benar direvisi9

4. Keamanan

Keamanan adalah kondisi yang menunjukkan keadaan bebas dari bahaya maupun ancaman. Keamanan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dari sebuah sistem informasi. Masalah keamanan sering kurang mendapat perhatian dari para perancang dan pengelola sistem informasi.10

5. Kepuasan Nasabah

kepuasan nasabah berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya, respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.11

---

9 Alo Liliweri, Dari Sistem Kepercayaan dan Religi Tradisional ke Agama: Seri Pengantar Studi Kebudayaan (Bandung: NUSAMEDIA, 2021), hlm. 12

10 Dr. Semuel Linggi Topayung, Pengaruh Kepemimpinan Kristen terhadap Kebijakan Publik (Depok–Sleman: Penerbit KBM Indonesia, Cetakan ke-1, Agustus 2025),

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

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian kepuasan nasabah

Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan nasabah berjalan beriringan dengan ketidakpuasan, tergantung pada kesesuaian antara harapan dan kinerja produk yang dirasakan setelah digunakan. Dengan demikian, kepuasan dapat dipahami sebagai tanggapan emosional nasabah atas pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau jasa.12 Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.13

Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau

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

13 Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Erlangga, 2009), hal.144

melampaui harapan konsumen.Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan nasabah.14

Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.15

b. Faktor yang memepengaruhi kepuasan nasabah

Freddy Rangkuti mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:16

1) Kualitas layanan (service quality), yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2) Kualitas produk (product quality), yaitu nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3) Harga (price), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
4) Faktor situasi (situational factor), yaitu keadaaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.

14 Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal.181.

15 Ibid., hal.182.

16 Freddy Rangkuti, Op Cit, hal.8

5) Faktor pribadi (personal factor), yaitu karakteristik nasabah yang mencakup kebutuhan pribadi.

Ninik Rustanti menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, meliputi:17

1) Kualitas produk. Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2) Harga produk, merupakan nilai yang dapat dikenakan terhadap produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya.
3) Kualitas layanan, yakni seberapa baik pelayanan yang diterima oleh nasabah. Nasabah akan merasa puas bila merekamendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
4) Sikap terhadap produk, yakni berupa sikap yang muncul dari emosi atau rasa dari dalam diri nasabah. Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas

17 Ninik Rustanti, Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi, (Diponegoro: Deepublish, 2015), hal.34

dari produk tetapi nilai sosial yang membuat nasabah menjadipuas terhadap merek tertentu.

5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk, yaitu apakah dalam memperoleh suatu produk dibutuhkan biaya yangcukup besar/kecil termasuk juga nasabah mudah mendapatkannya atau tidak. Nasabah akan merasa puas jika tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

Sedangkan, Lupiyoadi dalam kutipan Vinna menyebutkan lima

faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah, antara lain sebagai berikut:18

1) Kualitas produk, yaitu nasabah akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Montgomery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

2) Kualitas layanan, yaitu nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan harapan.

3) Emosional, yaitu nasabah merasa puas apabila orang memujinya apabila menggunakan merek yang mahal.

18 Vinna Sri Yuniarti, Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), hal.239.

4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

5) Biaya, yaitu nasabah yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan pelanggan atau nasabah dipengaruhi beberapa hal, diantaranya adalah sebagai berikut:19

(1) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik danproduk berkualitas dari perusahaan.

(2) Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila pencapaiannya harapan yang mereka inginkan.

(3) Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menceritakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

19 Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 135.

(4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

d. Kepuasan nasabah dalam perspektif islam

Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah. Sehingga usaha tersebut harus dimulai dengan niat yang suci (lillahi ta'ala), dan dilakukan dengan cara yang benar menurut Islam.Memiliki tujuan dan manfaat hasil yang benar. Oleh sebab itu dalam menawarkan produk, seorang muslim harus memiliki sikap yang jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan atau kepuasan dari konsumen atau pelanggan. Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah dalam Q.S Ali-Imran : 159 , sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللّٰهِ لِنْتَ لَهُمْۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيْظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوْا مِنْ حَوْلِكَۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى الْاَمْرِۚ فَاِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللّٰهِۗ اِنَّ اللّٰهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِيْنَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : "Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal." (Q.S. Ali Imran : 159).

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu.

Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.

2. Kualitas layanan

a. Pengertian kualitas layanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah.20 Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono, kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah.21

Menurut Rianto, kualitas layanan (service quality) adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan

20 Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa (Yogyakarta: Andi, 2006), hal.59

21 Fandy Tjiptono, Service Management: Mewujudkan Layanan Prima (Yogyakarta: Andi 2017), hal.142

dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.22

Kualitas layanan merupakan kunci dan faktor yang sangat penting dalam strategi bisnis karena terbukti dapat meningkatkan profitabibitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian berulang, positive word of mouth, loyalitas pelanggan, dan diferensiasi produk yang kompetitif.23

b. Kesenjangan kualitas layanan

Lima kesenjangan (Gap) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:24

1) Gap persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan perseps imanajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penilaian pemasaran,pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan nasabah,komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

22 M. Nur Rianto Al Arif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung: Alfabeta, 2010.) hal.213

23 Freddy Rangkuti, Op Cit., hal.44

24 Rambat Lupiyoadi, Pemasaran Jasa (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013), hal.1

2) Gap spesifikasi kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan ini terjadi antara lain, karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, dan tidak memadainya standarisasi tugas, serta tidak adanya penyusunan tujuan.
3) Gap penyampaian pelayanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa (service quality). Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor berikut: a) ambiguitas peran, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapimemuaskan nasabah, b) konflik peran, yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semuapihak, c) kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya, d) kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai.
4) Gap komunikasi pemasaran, yaitu kesenjangan antara jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi nasabah mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran.Kesenjangan ini terjadi karena: a) tidak memadainya komunikasi, b) adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan. Dalam

hal ini komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan nasabah (penyimpangan makna).

5) Gap dalam pelayanan yang dirasakan, yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh nasabah. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun, bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

c. Indikator Kualitas Layanan

Menurut Tatik Suryani, indikator kualitas layanan electronic banking adalah sebagai berikut:25

1. Efisiensi (efficiency), yaitu kemampuan bank untuk membuat situs yang mudah dan sederhana untuk digunakan nasabah.
2. Pemenuhuan janji (fulfillment), yaitu kesediaan bank untuk memenuhi pengiriman pesan dan informasi yang dijanjikan pada nasabah.
3. Kesediaan sistem beroperasi (system availability), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar padasitus bank.

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

4. Privasi (privacy), yaitu tingkat kemampuan bank memberikan kepercayaan kepada nasabah agar merasa aman, bebas dari resiko dan keragu-raguan.
5. Jaminan/kepercayaan (assurance/trust), yaitu kemampuan bank atau karyawan memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.
6. Tampilan situs (site aesthetic), yaitu kemampuan bank membuat situs yang memiliki penampilan atau keindahan yang muncul pada tampilan tatap muka aplikasi mobile banking.

d. Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam

Dalam konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang ataupun jasa jangan memberikan pelayanan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas baik kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surah Al-Baqarah 267 :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْاَرْضِۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّآ اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ ٢٦٧

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata(enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji."(Q.S. Al Baqarah : 267).

Dalam berbisnis harus dilandasi oleh dua hal pokok kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta pengetahuan yang bagus. Dua hal ini yaitu amanah dan ilmu.26

1) Shidiq yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis.
2) Kreatif, berani, dan percaya diri. ketiga hal tersebut mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru serta berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian.
3) Istiqomah, konsisten menampilkan dan mengimplementasikan nilai-nilai diatas walau mendapatkan godaan dan tantangan.
4) Tabligh, mampu berkomunikasi dengan baik dan cepat tanggap.Amanah dan fathonah, bertanggung jawab, transparan, tepat waktu dan pemimpin yang cerdas.

Hal ini sebagaimana hadits Rasulullah SAW sebagai berikut:“Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancuran.” Kemudian seseorang berkata, “Bagaimana caranya menyianyiakan amanah ya rasulullah? “Rasulullah saw menjawab, “Apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya.” (Hadits Riwayat Bukhari).

26 Didin Hafifudin Dan Hendri Tanjung, Manajemen Syari’ah Dalam Praktik, (Jakarta, Gema Insani,2014), hal.58

3. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan atau *trust* merupakan salah satu konsep mendasar dalam ilmu sosial, ekonomi, dan manajemen yang berperan penting dalam menjelaskan hubungan antarindividu maupun antarorganisasi. Dalam konteks ekonomi dan organisasi modern, kepercayaan dianggap sebagai fondasi yang memungkinkan terjalinnya kerja sama yang efektif, meminimalkan konflik, serta meningkatkan efisiensi dalam hubungan sosial dan bisnis. Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan seseorang untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak tersebut akan melakukan sesuatu yang penting bagi pihak yang mempercayai, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi atau mengontrol pihak tersebut. Definisi ini menegaskan bahwa kepercayaan melibatkan unsur risiko, harapan, dan ketidakpastian yang disadari sepenuhnya oleh pihak yang mempercayai.27

Lebih lanjut, Fukuyama (1995) mengemukakan bahwa kepercayaan adalah nilai sosial yang menjadi perekat masyarakat dan memungkinkan kerja sama di antara individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Dalam masyarakat

27 Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734.

yang tingkat kepercayaannya tinggi, aktivitas ekonomi dan sosial akan berjalan lebih efisien karena biaya transaksi dan pengawasan menjadi lebih rendah. Sebaliknya, masyarakat dengan tingkat kepercayaan rendah akan mengalami hambatan dalam kerja sama, karena setiap hubungan didasarkan pada kecurigaan dan kontrol yang ketat.28

b. Konsep kepercayaan

Konsep kepercayaan juga diuraikan oleh Rousseau et al. (1998), yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan keadaan psikologis yang melibatkan penerimaan risiko berdasarkan ekspektasi positif terhadap niat atau perilaku pihak lain. Dengan demikian, kepercayaan tidak hanya berakar pada rasionalitas semata, tetapi juga mencakup dimensi emosional dan moral. Dalam hubungan sosial, kepercayaan menjadi elemen pengikat yang memungkinkan interaksi berlangsung secara berkelanjutan, tanpa harus selalu disertai pengawasan atau kontrol formal.29

c. Komponen atau Indikator Kepercayaan

Menurut teori Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), kepercayaan terdiri atas tiga dimensi utama yaitu kemampuan (ability), niat baik (benevolence), dan integritas (integrity).30

---

28 Fukuyama, F. (1995). Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. New York: Free Press.

29 Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust. Academy of Management Review, 23(3), 393–404.

30 Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734.

1) Ability (Kemampuan / Competence) dalam Bank Syariah

Kemampuan (ability) merujuk pada sejauh mana pihak yang dipercaya dalam hal ini bank syariah memiliki kompetensi, keterampilan, pengetahuan, dan keahlian profesional dalam mengelola dana dan melayani kebutuhan nasabah sesuai prinsip syariah.

Dalam konteks bank syariah, dimensi kemampuan mencakup:

a) Kemampuan Manajerial dan Profesionalisme Pegawai

Kepercayaan nasabah sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pegawai dan manajemen bank syariah menunjukkan kemampuan profesional dalam menjalankan fungsi perbankan. Ini mencakup pengetahuan tentang produk-produk syariah (seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah, dan wakalah), penguasaan sistem perbankan modern, serta kecakapan dalam memberikan solusi keuangan yang sesuai kebutuhan nasabah.

Contohnya, petugas bank yang memahami akad syariah dengan baik dan mampu menjelaskan perbedaan antara sistem bunga dan bagi hasil akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan nasabah.

b) Kemampuan Teknis dan Operasional

Bank syariah harus mampu mengelola transaksi dengan cepat, akurat, dan transparan. Kemampuan ini

termasuk penerapan teknologi informasi yang andal, sistem audit internal yang ketat, serta pengelolaan risiko yang sesuai dengan prinsip syariah.

Misalnya, penggunaan core banking system yang efisien akan meningkatkan persepsi kompetensi bank di mata nasabah.

2) Benevolence (Niat Baik / Kepedulian) dalam Bank Syariah

Benevolence menunjukkan sejauh mana bank syariah memiliki niat baik terhadap kepentingan nasabah, bukan hanya mengejar keuntungan semata. Dalam keuangan syariah, konsep ini sangat dekat dengan maqashid syariah (tujuan-tujuan syariah) dan prinsip ta'awun (tolong-menolong).

Dalam konteks bank syariah, benevolence tercermin dalam:

a) Orientasi Sosial dan Kemanusiaan

Bank syariah tidak hanya berfungsi sebagai lembaga profit-oriented, tetapi juga memiliki fungsi sosial melalui penyaluran dana zakat, infak, sedekah, dan qardhul hasan (pembiayaan tanpa imbalan bagi yang membutuhkan). Hal ini memperkuat persepsi masyarakat bahwa bank syariah peduli terhadap kesejahteraan umat.

Contohnya, program pembiayaan mikro berbasis qardhul hasan bagi UMKM kecil mencerminkan kepedulian sosial bank syariah.

b) Kepedulian terhadap Kebutuhan Nasabah (Customer-Centric Approach)

Bank syariah yang memiliki niat baik akan mendengarkan keluhan nasabah, menyesuaikan produk sesuai kebutuhan mereka, dan tidak memanfaatkan posisi dominan untuk mengambil keuntungan sepihak.

Misalnya, dalam akad murabahah, bank harus menjelaskan secara transparan harga pokok barang dan margin keuntungan kepada nasabah.

3) Integrity (Integritas / Kejujuran dan Konsistensi) dalam Bank Syariah

Integrity dalam konteks bank syariah berarti sejauh mana lembaga tersebut konsisten antara ucapan dan tindakan, serta memegang teguh nilai-nilai keislaman, kejujuran, dan transparansi dalam menjalankan aktivitasnya.

Dalam lembaga keuangan syariah, integritas mencakup:

1.Kepatuhan terhadap Prinsip Syariah Secara Konsisten

Integritas bank syariah diukur dari sejauh mana seluruh operasional dan produk benar-benar sesuai dengan prinsip syariah. Bank yang menjaga konsistensi terhadap fatwa DSN-MUI dan pengawasan Dewan Syariah Nasional dianggap memiliki integritas tinggi.

Misalnya, tidak melakukan manipulasi akad murabahah atau menyamarkan praktik bunga dengan istilah lain.

2.Transparansi dan Kejujuran dalam Pelaporan Keuangan

Bank syariah harus menyampaikan laporan keuangan secara jujur dan terbuka, baik kepada regulator maupun nasabah. Transparansi mencerminkan amanah, yang merupakan nilai inti dalam Islam.

Kejujuran dalam menjelaskan risiko, biaya, dan keuntungan suatu produk meningkatkan rasa percaya nasabah.

d. Proses Terbentuknya Kepercayaan

Proses terbentuknya kepercayaan bersifat bertahap dan dinamis. Menurut Lewicki dan Bunker (1996), kepercayaan berkembang melalui beberapa fase, mulai dari kepercayaan berbasis kalkulasi (calculus-based trust), kepercayaan berbasis pengetahuan (knowledge-based trust), hingga kepercayaan berbasis identifikasi (identification-based trust). Pada tahap pertama, kepercayaan muncul karena adanya perhitungan rasional atas keuntungan dan kerugian yang mungkin timbul dari hubungan tersebut. Pada tahap kedua, kepercayaan terbentuk melalui pengalaman dan interaksi berulang yang memungkinkan individu memahami pola perilaku pihak lain. Sementara pada tahap ketiga, kepercayaan mencapai tingkat yang lebih tinggi, di mana pihak-

pihak yang terlibat memiliki nilai, tujuan, dan identitas yang saling dipahami sehingga hubungan menjadi lebih emosional dan stabil.31

Dalam konteks organisasi dan ekonomi, kepercayaan menjadi elemen yang memengaruhi berbagai aspek, seperti loyalitas pelanggan, kinerja pegawai, efektivitas tim, hingga reputasi perusahaan. Kepercayaan pelanggan terhadap suatu lembaga, misalnya bank atau koperasi, sering kali menentukan keputusan mereka untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan. Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan komponen utama dalam *commitment-trust theory of relationship marketing*, di mana hubungan yang dilandasi oleh kepercayaan akan menghasilkan komitmen jangka panjang dan meningkatkan loyalitas pelanggan.32

Kepercayaan juga dapat diklasifikasikan berdasarkan bentuk dan konteksnya. McKnight dan Chervany (2001) membedakan antara *cognitive trust* dan *affective trust*. *Cognitive trust* dibangun berdasarkan bukti rasional seperti reputasi, pengalaman, dan kompetensi, sementara *affective trust* didasari oleh hubungan emosional, kedekatan, dan rasa saling menghargai.

---

31 Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1996). Developing and Maintaining Trust in Work Relationships. In R. M. Kramer & T. R. Tyler (Eds.), Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research (pp. 114–139). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

32 Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. Journal of Marketing, 58(3), 20–38.

Selain itu, terdapat pula perbedaan antara *interpersonal trust* (kepercayaan antarindividu) dan *institutional trust* (kepercayaan terhadap lembaga atau sistem). Dalam dunia modern yang kompleks, kepercayaan terhadap lembaga sering kali lebih dominan karena masyarakat semakin bergantung pada sistem formal seperti lembaga keuangan, pemerintahan, dan organisasi bisnis.33

e. Faktor-Faktor Kepercayaan

Faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya kepercayaan cukup beragam. Reputasi lembaga, kualitas layanan, transparansi informasi, serta konsistensi dalam tindakan menjadi penentu utama tingkat kepercayaan publik. Selain itu, nilai-nilai sosial dan budaya turut memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi kepercayaan. Dalam masyarakat dengan nilai kolektivisme tinggi seperti Indonesia, kepercayaan sering kali dibangun berdasarkan hubungan personal, kedekatan sosial, dan kesamaan nilai moral atau agama. Di sisi lain, kepercayaan juga dapat dipengaruhi oleh risiko yang dipersepsikan (*perceived risk*). Semakin tinggi risiko yang dirasakan dalam suatu transaksi, semakin besar pula kebutuhan individu untuk memiliki keyakinan terhadap pihak yang terlibat.

33 McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2001). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. International Journal of Electronic Commerce, 6(2), 35–59.

Kepercayaan memiliki berbagai konsekuensi positif bagi hubungan sosial dan ekonomi. Dalam organisasi, kepercayaan meningkatkan efektivitas kerja sama, mempercepat pengambilan keputusan, dan mengurangi kebutuhan akan pengawasan. Dalam konteks pelanggan, kepercayaan mendorong loyalitas, kepuasan, dan niat untuk terus menggunakan produk atau jasa yang sama. Sementara dalam konteks sosial, kepercayaan menjadi modal sosial yang memperkuat solidaritas, menumbuhkan kohesi masyarakat, dan mempercepat pembangunan ekonomi berbasis partisipasi.

Namun, kepercayaan juga memiliki risiko dan tantangan. Kepercayaan yang dikhianati dapat menimbulkan kerugian moral maupun material, serta mengakibatkan rusaknya hubungan jangka panjang. Selain itu, fenomena *overtrust* atau kepercayaan berlebihan juga berbahaya karena dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, kepercayaan perlu diimbangi dengan sistem pengawasan dan mekanisme pertanggungjawaban yang sehat.

f. Kepercayaan Syariah

Dalam perspektif Islam, kepercayaan memiliki makna yang lebih luas dan mendalam karena tidak hanya menyangkut aspek sosial dan ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi spiritual dan moral. Dalam bahasa Arab, konsep kepercayaan dikenal dengan

istilah “amanah”, yang berarti titipan, tanggung jawab, atau kepercayaan yang harus dijaga dan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT. Prinsip amanah merupakan salah satu nilai inti dalam ajaran Islam, sebagaimana termaktub dalam Al-Qur’an surah An-Nisa ayat 58: *“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu menetapkannya dengan adil.”* Ayat ini menegaskan bahwa kepercayaan bukan hanya persoalan hubungan antar manusia, melainkan juga tanggung jawab moral dan spiritual kepada Allah SWT.

Dalam konteks muamalah (hubungan sosial dan ekonomi), kepercayaan syariah berhubungan erat dengan nilai-nilai kejujuran (*sidq*), keadilan (*adl*), dan ihsan (berbuat baik). Individu atau lembaga yang dipercaya harus berperilaku jujur, adil, dan beritikad baik dalam setiap interaksi ekonomi. Dengan demikian, konsep kepercayaan syariah tidak hanya menuntut profesionalisme dan integritas sebagaimana dalam teori kepercayaan umum, tetapi juga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip hukum Islam.

Kepercayaan syariah dapat didefinisikan sebagai keyakinan seseorang atau masyarakat terhadap individu, lembaga, atau sistem ekonomi Islam bahwa mereka akan beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, menghindari praktik riba, gharar

(ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi), serta menjunjung tinggi keadilan dan amanah. Dalam lembaga keuangan syariah seperti Baitul Maal wat Tamwil (BMT), kepercayaan syariah merupakan faktor kunci yang menentukan loyalitas anggota dan keberlanjutan lembaga. Nasabah percaya bahwa dana yang mereka simpan akan dikelola sesuai ketentuan syariah dan memberikan manfaat sosial bagi masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayatul Mu'ammalah (2021) menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan syariah sangat bergantung pada persepsi mereka terhadap kepatuhan lembaga tersebut terhadap prinsip-prinsip syariah (*sharia compliance*). Semakin tinggi tingkat kepatuhan syariah, semakin besar pula kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Kepatuhan syariah tidak hanya mencakup larangan terhadap praktik riba, tetapi juga mencakup transparansi dalam mekanisme bagi hasil, keadilan dalam pembagian keuntungan, serta keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang independen.34

1) Komponen Kepercayaan syariah

Komponen utama kepercayaan syariah meliputi beberapa aspek. Pertama, kemampuan (ability) lembaga dalam

34 Hidayatul Mu'ammalah. (2021). Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah. Skripsi. IAIN Ponorogo.

memberikan layanan keuangan syariah yang sesuai dengan kebutuhan anggota. Kedua, niat baik (benevolence) yang mencerminkan komitmen lembaga untuk memajukan kesejahteraan umat, bukan semata mencari keuntungan. Ketiga, integritas (integrity) yang menunjukkan kejujuran, konsistensi, dan tanggung jawab lembaga terhadap prinsip syariah. Keempat, kepatuhan syariah (sharia compliance) sebagai faktor pembeda utama dari konsep kepercayaan konvensional. Lembaga yang memiliki sistem kepatuhan syariah yang kuat akan memperoleh kepercayaan yang lebih tinggi karena dianggap menjalankan prinsip Islam secara utuh.

Selain itu, transparansi dan pengawasan syariah juga merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan syariah. Transparansi mencakup keterbukaan informasi mengenai mekanisme investasi, pembagian hasil, dan risiko. Sementara pengawasan syariah dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah untuk memastikan seluruh kegiatan operasional sesuai dengan prinsip Islam. Tanpa adanya transparansi dan pengawasan yang baik, lembaga syariah dapat kehilangan kredibilitas di mata masyarakat.

2) Faktor yang mempengaruhi kepercayaan

Faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan syariah antara lain tingkat religiositas individu, citra lembaga syariah,

kualitas layanan, dan reputasi lembaga. Nasabah yang memiliki tingkat religiositas tinggi cenderung menilai lembaga berdasarkan sejauh mana prinsip syariah diterapkan, bukan semata-mata berdasarkan keuntungan ekonomi. Selain itu, citra lembaga yang baik, pelayanan yang profesional, serta komunikasi yang jujur dan terbuka juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga syariah.

3) Dampak kepercayaan syariah

Dampak dari kepercayaan syariah sangat signifikan terhadap keberlangsungan lembaga keuangan Islam. Kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas anggota, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat stabilitas lembaga. Selain itu, kepercayaan syariah juga berperan dalam membangun citra positif lembaga di mata publik, yang pada gilirannya mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi berbasis syariah. Penelitian yang dilakukan oleh McKnight dan Chervany (2001) serta diadaptasi oleh beberapa peneliti Muslim menunjukkan bahwa kepercayaan syariah memiliki efek langsung terhadap kepuasan dan niat nasabah untuk terus menggunakan produk syariah.35

35 McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2001). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. International Journal of Electronic Commerce, 6(2), 35–59.

Namun demikian, kepercayaan syariah juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah fenomena *pseudo compliance* atau kepatuhan semu, di mana lembaga tampil seolah-olah menjalankan prinsip syariah, padahal praktiknya masih mirip dengan sistem konvensional. Fenomena ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga syariah secara keseluruhan. Selain itu, masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap konsep keuangan syariah dan kurangnya transparansi dalam operasional lembaga juga menjadi hambatan dalam membangun kepercayaan syariah yang kuat.

Dalam konteks ekonomi Islam, kepercayaan bukan hanya faktor pendukung, melainkan inti dari seluruh aktivitas muamalah. Setiap transaksi ekonomi dalam Islam harus dilandasi oleh prinsip amanah, keadilan, dan kejujuran. Oleh karena itu, penguatan kepercayaan syariah tidak cukup hanya dengan membangun reputasi lembaga, tetapi juga melalui pendidikan dan literasi keuangan syariah kepada masyarakat. Kepercayaan yang tumbuh dari kesadaran dan pemahaman yang benar akan melahirkan loyalitas dan partisipasi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan syariah merupakan pengembangan dari teori kepercayaan umum yang disertai nilai-nilai Islam. Jika kepercayaan umum bertumpu

pada kemampuan, integritas, dan niat baik, maka kepercayaan syariah menambahkan unsur kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah sebagai pembeda utama. Dalam konteks lembaga keuangan Islam, keberhasilan dalam membangun kepercayaan syariah tidak hanya menentukan loyalitas nasabah, tetapi juga menjadi tolok ukur sejauh mana lembaga tersebut mampu menjalankan prinsip keadilan dan amanah yang menjadi inti ajaran Islam.

4. Keamanan

a. Pengertian Teori keamanan

Secara umum, keamanan (security) diartikan sebagai kondisi terbebasnya seseorang atau suatu sistem dari ancaman, bahaya, risiko, atau kerugian yang dapat mengganggu kestabilan dan kepercayaannya terhadap suatu pihak.

Dalam konteks ilmu sosial dan ekonomi, teori keamanan menjelaskan bagaimana individu menilai dan merasakan tingkat perlindungan terhadap aset, data, maupun hak-haknya dalam sebuah sistem sosial atau ekonomi.

Menurut Maslow (1943) dalam hierarki kebutuhan manusia, keamanan (safety needs) merupakan kebutuhan dasar kedua setelah kebutuhan fisiologis. Setiap individu membutuhkan rasa aman secara fisik, ekonomi, dan psikologis sebelum dapat

mempercayai atau berinteraksi dengan orang lain maupun lembaga.36

Keamanan merupakan salah satu aspek fundamental dalam sistem informasi dan transaksi digital, karena berkaitan langsung dengan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang ditawarkan. Menurut Ahmad dan Pambudi, keamanan mencerminkan tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem berbasis teknologi mampu mencegah tindakan penipuan dalam suatu sistem informasi yang bersifat non-fisik. Dengan demikian, keamanan berfungsi sebagai mekanisme perlindungan yang memastikan bahwa data37 informasi, serta transaksi yang terjadi dalam suatu sistem tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang.

Park dan Kim (dalam Iskandar & Nasution, 2019) menjelaskan bahwa keamanan merupakan kemampuan suatu platform digital terutama toko daring untuk mengontrol dan menjaga keamanan data transaksi pengguna. Mereka menegaskan bahwa jaminan keamanan memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan pengguna, sebab dapat mengurangi kekhawatiran terhadap penyalahgunaan data pribadi maupun kerusakan data selama proses transaksi Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat

36 Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. Psychological Review, 50(4), 370–396. https://doi.org/10.1037/h0054346

37 Ahmad dan Pambudi, dalam Iskandar dan Nasution, “Keamanan dan Kepercayaan dalam Transaksi E-Commerce,” (2019).

keamanan yang dirasakan konsumen, semakin besar pula kepercayaan yang mereka berikan kepada penyedia layanan digital.

Sejalan dengan pandangan tersebut, I Putu Eka Pratama menegaskan bahwa keamanan merupakan elemen yang mutlak disediakan oleh setiap pelaku bisnis, baik dalam bentuk produk maupun layanan. Keamanan menjadi prasyarat utama untuk menciptakan kenyamanan bagi pengguna (konsumen) yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan (*customer trust*). Kepercayaan konsumen ini berperan sebagai modal penting dalam membangun kesuksesan sebuah bisnis, termasuk bisnis berbasis daring. Layanan yang aman dan nyaman tidak hanya menghindarkan konsumen dari risiko, tetapi juga menumbuhkan rasa keyakinan dan loyalitas jangka panjang terhadap perusahaan.

Keamanan dalam transaksi digital telah menjadi salah satu topik utama dalam diskursus mengenai e-commerce modern. Meskipun banyak situs belanja daring telah menyediakan kebijakan privasi dan jaminan keamanan, sebagian besar di antaranya belum memberikan penjelasan rinci mengenai mekanisme perlindungan data dan transaksi. Hal ini menimbulkan kebutuhan akan peningkatan transparansi dan edukasi kepada konsumen agar mereka memahami bentuk perlindungan yang diberikan.

Dalam konteks bank syariah, keamanan tidak hanya dimaknai secara teknis, melainkan juga spiritual. Lembaga keuangan syariah dituntut tidak hanya menjamin keamanan data dan transaksi, tetapi juga memastikan bahwa seluruh kegiatan yang dilakukan terbebas dari unsur riba, gharar, dan maisir. Dengan demikian, keamanan dalam perbankan syariah mencakup dua dimensi utama: keamanan sistem dan keamanan syariah, yang bersama-sama membentuk dasar kepercayaan nasabah terhadap lembaga tersebut.

b. Dimensi Keamanan

Dalam konteks teknologi informasi modern, sistem keamanan informasi memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keutuhan, kerahasiaan, serta ketersediaan data. Menurut Isnaini Putra Baskara (2014), sistem keamanan informasi pada dasarnya bertujuan untuk melindungi data dari penyalahgunaan, modifikasi tanpa izin, atau kehilangan akibat serangan pihak yang tidak berwenang.38 Tujuan tersebut diwujudkan melalui empat aspek utama, yaitu confidentiality, integrity, availability, dan legitimate use.

1. Confidentiality (Kerahasiaan)

Aspek confidentiality menekankan pada upaya menjaga agar informasi yang dikirim atau disimpan tidak dapat diakses oleh

38 Isnaini Putra Baskara, Keamanan dan Kepercayaan dalam Transaksi E-Commerce (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 26.

pihak-pihak yang tidak memiliki otorisasi. Prinsip ini memastikan bahwa hanya individu tertentu yang berhak dapat melihat atau menggunakan data tersebut. Semakin penting dan sensitif suatu data, semakin tinggi pula tingkat perlindungan kerahasiaan yang diperlukan. Dalam praktiknya, kerahasiaan diwujudkan melalui sistem enkripsi, kode akses, serta autentikasi pengguna yang ketat untuk mencegah kebocoran data.

2. Integrity (Integritas)

Aspek integrity menekankan pentingnya menjaga keutuhan dan konsistensi data agar tetap sesuai dengan bentuk aslinya. Hal ini berarti informasi tidak boleh diubah, dirusak, atau dimanipulasi baik secara sengaja maupun tidak sengaja oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Dalam konteks transaksi elektronik, integritas menjamin bahwa data yang diterima adalah sama dengan data yang dikirimkan tanpa ada perubahan di tengah proses transmisi. Prinsip ini berkaitan erat dengan kepercayaan pengguna terhadap validitas sistem.

3. Availability (Ketersediaan)

Prinsip availability menekankan bahwa informasi dan sumber daya sistem harus selalu tersedia bagi pihak yang berhak ketika dibutuhkan. Tujuannya adalah memastikan bahwa pengguna sah tidak mengalami hambatan dalam mengakses

informasi atau layanan yang menjadi haknya. Dalam sistem perbankan syariah, misalnya, prinsip ini berkaitan dengan kemampuan bank menyediakan layanan transaksi, akses rekening, atau konsultasi keuangan kapan pun dibutuhkan oleh nasabah. Sistem yang sering mengalami gangguan akan menurunkan tingkat kepercayaan pengguna terhadap lembaga tersebut.

4. Legitimate Use (Penggunaan yang Sah)

Aspek legitimate use memastikan bahwa sumber daya informasi tidak digunakan oleh pihak yang tidak berhak atau untuk tujuan yang tidak sah. Dengan kata lain, sistem keamanan harus mampu mengontrol akses agar hanya pengguna yang terverifikasi dan memiliki izin yang dapat mengakses data tertentu. Hal ini sangat relevan dalam dunia digital yang rentan terhadap penyalahgunaan data dan aktivitas peretasan. Dalam perbankan syariah, aspek ini berhubungan dengan kewajiban menjaga amanah (trustworthiness) dan tanggung jawab moral dalam mengelola informasi nasabah.Penelitian yang dilakukan oleh Raman Arasu dan Viswanathan A. dalam studi Isnaini Putra Baskara (2014) menunjukkan bahwa faktor keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

pembelian secara online.39 Hasil penelitian tersebut menggambarkan bahwa konsumen cenderung menolak melakukan transaksi apabila tidak terdapat jaminan keamanan yang memadai. Kekhawatiran terhadap potensi kebocoran data dan penyalahgunaan informasi menjadi alasan utama mengapa konsumen menuntut adanya sistem keamanan yang kuat. Sebaliknya, ketika platform digital mampu menyediakan jaminan keamanan yang jelas, maka tingkat keyakinan dan kepercayaan konsumen untuk bertransaksi akan meningkat.

Hal ini menunjukkan bahwa keamanan bukan sekadar aspek teknis, melainkan juga aspek psikologis yang memengaruhi persepsi dan perilaku konsumen. Dalam konteks lembaga keuangan syariah, keamanan yang baik tidak hanya menciptakan kepercayaan terhadap sistem, tetapi juga mencerminkan nilai amanah dan integritas yang menjadi prinsip dasar dalam kegiatan ekonomi Islam.

c. Teori Keamanan dalam prespektif islam

Dalam pandangan Islam, konsep keamanan (al-amn) tidak hanya terbatas pada aspek fisik atau ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi spiritual, moral, dan sosial. Islam memandang keamanan sebagai bagian integral dari kesejahteraan manusia yang menyeluruh, sebagaimana

39 Raman Arasu & Viswanathan A., dalam Isnaini Putra Baskara, Keamanan dan Kepercayaan dalam Transaksi E-Commerce (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 26.

termaktub dalam konsep Maqāṣid asy-Syarī‘ah yaitu tujuan utama ditetapkannya hukum Islam. Maqāṣid asy-Syarī‘ah bertujuan untuk menjaga dan melindungi lima aspek fundamental kehidupan manusia, yaitu agama (*ḥifẓ ad-dīn*), jiwa (*ḥifẓ an-nafs*), akal (*ḥifẓ al-‘aql*), keturunan (*ḥifẓ an-nasl*), dan harta (*ḥifẓ al-māl*).

Dengan demikian, keamanan dalam Islam bersifat komprehensif, tidak hanya menjamin perlindungan terhadap ancaman eksternal, tetapi juga menjaga keseimbangan antara kepentingan duniawi dan ukhrawi. Prinsip ini kemudian menjadi dasar moral dan spiritual dalam praktik ekonomi syariah, termasuk dalam pengelolaan lembaga keuangan seperti bank syariah dan Baitul Maal wat Tamwil (BMT).

1) Keamanan Agama (Ḥifẓ ad-Dīn)

Tujuan utama dari keamanan dalam perspektif Islam adalah menjaga kemurnian agama dan akidah umat Islam. Dalam konteks perbankan syariah, prinsip *ḥifẓ ad-dīn* diwujudkan melalui larangan terhadap praktik riba, gharar (ketidakjelasan), dan maisir (spekulasi), yang dianggap dapat mencederai nilai-nilai keadilan dan keseimbangan ekonomi.40

Sistem keuangan syariah berupaya menciptakan rasa aman bagi nasabah agar dapat bertransaksi tanpa kekhawatiran melanggar hukum syariah. Dengan demikian, keamanan dalam dimensi ini

40 Al-Syatibi, Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari‘ah (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 2003), 67.

berarti memberikan jaminan spiritual bahwa aktivitas ekonomi yang dilakukan selaras dengan prinsip Islam, sehingga menjaga keutuhan iman dan moralitas pelaku ekonomi.41

2) Keamanan Jiwa (Ḥifẓ an-Nafs)

Islam menekankan pentingnya perlindungan terhadap jiwa manusia. Dalam konteks ekonomi, prinsip ini menuntut adanya sistem yang menjamin keadilan, menghindari eksploitasi, dan mencegah kerugian yang dapat merugikan masyarakat.42

Bank syariah menjalankan prinsip ini dengan menciptakan produk-produk keuangan yang berkeadilan dan etis, seperti pembiayaan bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*), serta pembiayaan sosial seperti *qardhul hasan* bagi masyarakat kecil. Dengan sistem tersebut, nasabah merasa aman karena lembaga tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan perlindungan terhadap pihak yang lemah.43

3) Keamanan Akal (Ḥifẓ al-‘Aql)

Aspek keamanan akal mencakup upaya menjaga kemampuan berpikir yang sehat dan rasional. Dalam dunia perbankan syariah, hal ini diwujudkan melalui transparansi informasi, edukasi keuangan Islam, dan praktik bisnis yang terbuka. Transparansi dalam penyampaian akad, nisbah bagi hasil, dan risiko transaksi menjadi

41M. Syafi’i Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 37.

42 Yusuf al-Qaradawi, Fiqh al-Zakah (Beirut: Mu’assasah al-Risalah, 1997), 213.

bagian penting dari perlindungan terhadap akal agar nasabah tidak terjebak pada kebodohan finansial atau penipuan.44

Selain itu, sistem syariah mendorong edukasi berkelanjutan bagi nasabah agar memahami akad-akad syariah, sehingga mereka mampu membuat keputusan ekonomi secara sadar dan bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan prinsip *'ilm* (ilmu) dan *hikmah* (kebijaksanaan) dalam Islam, yang menjadi pondasi keamanan intelektual dan moral dalam bermuamalah.45

4) Keamanan Harta (Ḥifẓ al-Māl)

Salah satu aspek terpenting dari keamanan dalam Islam adalah perlindungan terhadap harta. Prinsip *ḥifẓ al-māl* menegaskan bahwa setiap bentuk kepemilikan harta harus dijaga, dikembangkan secara halal, dan tidak disalahgunakan.46

Bank syariah menerapkan prinsip ini melalui sistem pengelolaan dana yang berlandaskan amanah, keadilan, dan tanggung jawab. Dana nasabah dikelola dengan prinsip syariah dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) untuk memastikan tidak ada pelanggaran terhadap hukum Islam. Dengan demikian, keamanan harta nasabah tidak hanya terjamin secara teknis, tetapi juga secara

44 Rahman, A. R. A., & Amin, H., "Determinants of Islamic Insurance Acceptance: An Empirical Analysis," International Journal of Business and Society 12, no. 2 (2011): 37–54.

45 Al-Ghazali, Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul (Kairo: Al-Maktabah al-Tijariyyah, 1993), 174.

46 Muhammad Nejatullah Siddiqi, Banking Without Interest (Lahore: Islamic Publications, 1983), 22.

moral dan spiritual.47 Selain itu, konsep *amanah* (kepercayaan) menjadi nilai inti dalam menjaga keamanan harta. Dalam Al-Qur'an, Allah Swt. berfirman:

> *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya."* (QS. An-Nisā': 58).

Ayat ini menunjukkan bahwa menjaga keamanan harta bukan hanya kewajiban profesional, tetapi juga bentuk ibadah yang memiliki dimensi spiritual yang tinggi.

5) Integrasi Keamanan Syariah dan Modernitas

Dalam konteks modern, keamanan syariah tidak dapat dipisahkan dari penerapan teknologi informasi dan regulasi hukum yang ketat. Bank syariah dan BMT kini menggunakan sistem keamanan digital seperti *two-factor authentication*, enkripsi data, dan audit syariah untuk memastikan keamanan transaksi. Integrasi antara nilai-nilai maqāṣid asy-syarī'ah dan sistem keamanan modern menciptakan sinergi antara spiritualitas dan profesionalitas dalam menjaga kepercayaan nasabah.48

Dengan demikian, keamanan dalam perspektif Islam memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan sekadar perlindungan data atau aset. Ia merupakan manifestasi nilai-nilai

47 Othman, A., & Owen, L., "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks," International Journal of Islamic Financial Services 3, no. 1 (2001): 1–26.

48 Muqtasid, A., "The Role of Religiosity and Sharia Compliance in Building Customer Trust in Islamic Financial Institutions," Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 11, no. 1 (2020): 15–30.

syariah dalam seluruh aspek kehidupan ekonomi, yang berorientasi pada keadilan, keseimbangan, dan kesejahteraan umat.

d. Indikator Keamanan

Dalam konteks perbankan modern, keamanan menjadi salah satu elemen utama dalam menjaga kepercayaan nasabah dan stabilitas lembaga keuangan. Menurut Brian Sheppard dalam bukunya *Bank Security: A Manager's Handbook* (2021), keamanan bank mencakup pengelolaan risiko yang terintegrasi antara aspek fisik, teknologi, manusia, dan kepatuhan regulasi. Keamanan bukan hanya soal pencegahan kejahatan, tetapi juga tentang bagaimana sistem mampu mendeteksi, merespons, dan memulihkan diri dari ancaman yang dapat merugikan bank dan nasabah.49

Sheppard menjelaskan bahwa efektivitas sistem keamanan bank dapat diukur melalui beberapa indikator utama. Pertama, keamanan fisik dan fasilitas, yang mencakup efektivitas kontrol akses, pemantauan melalui CCTV, serta kesiapan peralatan keamanan. Kedua, keamanan siber dan teknologi, yang dinilai dari kemampuan bank mendeteksi dan merespons serangan siber melalui indikator seperti *Mean Time to Detect (MTTD)* dan *Mean Time to Respond (MTTR)*. Ketiga, kepatuhan dan audit, yaitu sejauh mana bank memenuhi standar regulasi seperti *PCI DSS* dan peraturan otoritas keuangan, serta memastikan pelatihan keamanan bagi seluruh karyawan. Keempat, keamanan operasional dan

49 Brian Sheppard, Bank Security: A Manager's Handbook (London: Routledge, 2021), 4.

manusia, yang berfokus pada budaya integritas, efektivitas pengawasan internal, serta penanganan kasus penipuan atau kebocoran data.

Indikator keamanan produk mobile banking confidentiality, integrity, availability, dan legitimate use.50 Menurut Sheppard, indikator keamanan yang efektif harus memiliki tiga karakteristik utama, yaitu terukur (measurable), relevan (relevant), dan dapat ditindaklanjuti (actionable). Artinya, setiap indikator harus memberikan data yang bisa diukur, berhubungan langsung dengan risiko nyata, dan dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan keamanan yang strategis.

Dengan demikian, teori keamanan Sheppard menegaskan bahwa keamanan perbankan adalah sistem yang bersifat menyeluruh dan dinamis. Pendekatan berbasis indikator memungkinkan bank untuk mengevaluasi kinerja keamanan secara objektif, memperkuat tata kelola risiko, serta membangun kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan termasuk lembaga keuangan syariah seperti BMT dan bank syariah.

5. Teori Hubungan layanan dan kepuasan

Model SERVQUAL dikembangkan oleh Zeithaml, Bitner, dan Gremler sebagai alat untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Model ini menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan selisih antara harapan pelanggan sebelum menerima

50 Ross Anderson, Security Engineering: A Guide to Building Dependable Distributed Systems, 3rd ed. (Hoboken, NJ: Wiley, 2020)

layanan dan persepsi mereka setelah mendapatkan layanan tersebut. Semakin kecil kesenjangan antara harapan dan persepsi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.51

Menurut Zeithaml dkk. (2021), terdapat lima dimensi utama dalam model SERVQUAL yang menjadi dasar dalam menilai kualitas layanan. Pertama, Reliability (keandalan), yaitu kemampuan lembaga untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu, dan konsisten. Dimensi ini menekankan pentingnya memenuhi komitmen kepada pelanggan sebagai bentuk kepercayaan. Kedua, Responsiveness (daya tanggap), yaitu kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta menangani kebutuhan atau keluhan mereka.

Ketiga, Assurance (jaminan), mencerminkan tingkat pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman dan keyakinan pelanggan terhadap lembaga. Keempat, Empathy (empati), menggambarkan perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan, termasuk upaya memahami kebutuhan dan kondisi mereka secara individu. Kelima, Tangibles (bukti fisik), berkaitan dengan tampilan fasilitas, peralatan, kebersihan, serta penampilan karyawan yang secara visual mencerminkan kualitas dan profesionalisme lembaga.

51 Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler, Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 8th ed. (New York: McGraw-Hill Education, 2021), 87.

Dalam konteks perbankan syariah atau BMT, penerapan lima dimensi SERVQUAL sangat relevan karena menyangkut aspek pelayanan berbasis nilai-nilai Islam seperti amanah, kejujuran, dan tanggung jawab sosial. Dengan menjaga konsistensi pada setiap dimensi, lembaga keuangan syariah dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah sekaligus memperkuat loyalitas terhadap lembaga.

6. Teori Hubungan kepercayaan dan kepuasan

Menurut *Handbook of Service Marketing Research*, hubungan antara kepercayaan (*trust*) dan kepuasan (*satisfaction*) bersifat dinamis dan saling memengaruhi secara berulang. Kepuasan pelanggan yang terbentuk melalui pengalaman positif terhadap layanan akan memperkuat kepercayaan mereka terhadap penyedia jasa. Sebaliknya, tingkat kepercayaan yang tinggi mampu meningkatkan dan menjaga kepuasan pelanggan di masa mendatang, sehingga tercipta siklus sebab-akibat yang positif dan berkesinambungan.52

Selain itu, kepercayaan dan kepuasan dipandang sebagai fondasi utama dalam pemasaran relasional (relationship marketing). Tanpa adanya rasa percaya dan kepuasan, hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia jasa sulit untuk terbentuk secara berkelanjutan. Kepercayaan memberikan dasar emosional dan moral

52 Richard F. Lutz & Stephen L. Vargo, Handbook of Service Marketing Research (Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2014), 215.

yang membuat pelanggan merasa aman, sementara kepuasan memastikan bahwa interaksi dan hasil layanan sesuai dengan harapan mereka.

Secara strategis, perusahaan perlu mengelola kedua aspek ini secara simultan. Upaya meningkatkan kepuasan melalui kualitas produk dan layanan harus berjalan beriringan dengan strategi membangun kepercayaan melalui transparansi, integritas, dan keandalan dalam setiap proses bisnis. Dengan demikian, hubungan yang stabil antara pelanggan dan lembaga dapat terpelihara, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas dan citra positif organisasi di mata masyarakat.

7. Teori Hubungan keamanan dan kepercayaan

Menurut DeLone dan McLean (1992, 2003), Information System Success Model merupakan salah satu model yang paling berpengaruh dalam menjelaskan keberhasilan suatu sistem informasi. Model ini terdiri atas enam dimensi utama, yaitu kualitas sistem (system quality), kualitas informasi (information quality), kualitas layanan (service quality), penggunaan sistem (system use), kepuasan pengguna (user satisfaction), dan manfaat bersih (net benefits). Keenam dimensi ini saling berkaitan dan berkontribusi dalam menentukan sejauh mana

suatu sistem informasi dianggap berhasil dalam mendukung kegiatan organisasi maupun kepuasan penggunanya.53

Dalam kerangka tersebut, kualitas sistem (system quality) mencerminkan karakteristik teknis dan fungsionalitas dari sistem informasi, termasuk aspek keandalan (reliability), kemudahan penggunaan (ease of use), efisiensi (efficiency), serta keamanan (security). Aspek keamanan menjadi semakin penting dalam konteks digital modern, di mana ancaman terhadap data dan privasi pengguna meningkat secara signifikan.

Menurut Laudon dan Laudon (2023/2024) dalam buku *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*, keamanan bukan sekadar fitur tambahan, tetapi merupakan dimensi inti dari kualitas sistem informasi. Sistem yang tidak memiliki perlindungan keamanan yang memadai akan secara langsung menurunkan tingkat kepercayaan pengguna, serta menimbulkan ketidakpuasan dan potensi penolakan untuk menggunakan sistem tersebut. Dengan demikian, keamanan menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan persepsi pengguna terhadap keberhasilan dan kredibilitas sistem informasi secara keseluruhan.

53 Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Edisi ke-17 (Harlow: Pearson Education, 2024).

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1. Landasan teori

NO	Nama	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Affandy Yuana Putra1, & Fitri Nur Latifah 54	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI KCP Ahmad Yani	1. kualitas layanan (X1) 2. kepercayaan nasabah(X2) 3. kepuasan nasabah (Y	Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan nasabah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Ahmad Yani. Kualitas layanan yang baik dan tingkat kepercayaan yang tinggi mendorong peningkatan kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah lebih puas ketika mereka merasa dilayani dengan baik dan percaya terhadap produk serta layanan yang diberikan oleh bank tersebut.
2	Sri Amanda, Hairunni	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan	1. kepercayaan nasabah (x1)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah

54 Affandy Yuana Putra, "Pengaruh kualiatas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Ahmad yani" Jurnal Islamic Banking and finance, Vol 8 No 1, Mai 2025

	sa, dan Ratna55	Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus BSI KCP Indralaya	2. kualitas layanan mobile banking (x2) Kepuasan nasabah dalam bertransaksi (y)	berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KCP Indralaya. Selain itu, kualitas layanan mobile banking juga memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara keseluruhan, kedua variabel ini secara simultan berkontribusi besar dalam meningkatkan kepuasan nasabah saat bertransaksi melalui aplikasi mobile banking
3	A.Rahmawati56	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah	1.kualitas layanan (x1) 2.kepercayaan (x2) keamanan produk (x3)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel reliability, enjoyment, utility, perceived control, dan perceived speed berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI

55 Hairunnisa Dkk, " Pengaruh Kepercayaan Dan kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah", *Jurnal Perbankan Syariah, Vol 4 No 02 Juni 2023*

56 Amalia Rahmawati dkk, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan keamanan Produk BSI Mobile Terhadap kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesi, Jurnal *Cakrawala* Vol 6 No 6 November-Desember 2023

				Mobile**.** Dengan demikian, semakin handal, cepat, bermanfaat, nyaman, serta memberikan kendali yang baik bagi nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap layanan BSI Mobile.
4	PN Ramaadhan57	Analisis Pengaruh Mobile Banking BSI Terhadap Kepuasan Nasabah	1.dimensi layanan mobile banking (x) 2.kepuasan nasabah (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel reliability, enjoyment, utility, perceived control, dan perceived speed berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile**.** Dengan demikian, semakin handal, cepat, bermanfaat, nyaman, serta memberikan kendali yang baik bagi nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap layanan BSI Mobile.
5	Roslina Noor	Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, dan Kepercayaan	kualitas layanan (x1) 2.keamanan(x2)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, keamanan, dan

57 Putri Nadila Ramaadhan Dkk, " Analisis pengaruh Mobile Banking BSI Terhadap kepusan nasabah, *Jurnal Prosiding program studi ekonomi Islam*, Vol 2 th. 2024

	Hidayati 58	terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Nasabah Pengguna BSI Mobile di Purwokerto)	3.kepercayaan (x3) 4.kepuasan nasabah sebagai variabel moderasi (Y)	kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah**, dan** kepuasan nasabah terbukti memoderasi hubungan antara ketiga variabel independen dengan loyalitas**.** Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi tingkat keamanan serta kepercayaan, maka loyalitas nasabah akan meningkat, terutama jika nasabah merasa puas menggunakan layanan BSI Mobile.
6	Jihan Faiza Adila59	Pengaruh risiko keamanan,kepercayaan dan kualitas terhadapkeputusan menggunakan BSI Mobile.	risiko keamanan (x1) 2.kepercayaan (x2) 3.keamanan (x3) 4.keputusanmenggunakan BSI Mobile (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko keamanan,kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile

58 Rosalina Noor Hidayati, "*Pengaruh Kualitas layanan, Keamanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel moderasi*" Th. 2023

59 Jihan Faiza Adila, " *Pengaruh Risiko Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Syariah Indonesia Mobile*" Th. 2024

C. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian menggunakan defenisi operassional variable agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Defenisi operasional variable tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Oprasional Variabel

Variable penelitian	**Defenisi operasional**	**Indikator**
Kualitas layanan (X1)	Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah.60	1. Efisiensi (efficiency) 2. Pemenuhuan janji (fulfillment) 3. Kesediaan sistem beroperasi (system availability 4. Privasi (privacy 5. Jaminan/kepercayaan (assurance/trust) 6. Tampilan situs (site aesthetic)61
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan seseorang untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak tersebut akan melakukan sesuatu yang penting bagi pihak yang mempercayai,	Kemampuan (ability), niat baik (benevolence), dan integritas (integrity).63

60 Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa (Yogyakarta: Andi, 2006), hal.59

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

63 Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734.

	terlepas dari kemampuan untuk mengawasi atau mengontrol pihak tersebut. Definisi ini menegaskan bahwa kepercayaan melibatkan unsur risiko, harapan, dan ketidakpastian yang disadari sepenuhnya oleh pihak yang mempercayai.62	
Keamanan Produk (X3)	keamanan mencerminkan tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem berbasis teknologi mampu mencegah tindakan penipuan dalam suatu sistem informasi yang bersifat non-fisik. Dengan demikian, keamanan berfungsi sebagai mekanisme perlindungan yang memastikan bahwa data64	1. Confidentiality 2. Integrity 3. Availability 4. legitimate use.65
Kepuasan Nasabah(Y)	Kepuasan nasabah berjalan beriringan dengan ketidakpuasan, tergantung pada kesesuaian antara harapan dan kinerja produk yang dirasakan setelah digunakan. Dengan demikian, kepuasan dapat	(1) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) (2) Selalu membeli produk

62 Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734.

64 Ahmad dan Pambudi, dalam Iskandar dan Nasution, "Keamanan dan Kepercayaan dalam Transaksi E-Commerce," (2019).

65 Ross Anderson, Security Engineering: A Guide to Building Dependable Distributed Systems, 3rd ed. (Hoboken, NJ: Wiley, 2020)

	dipahami sebagai tanggapan emosional nasabah atas pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau jasa.66	(3)Akan merekomendasikan kepada orang lain. (4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.67

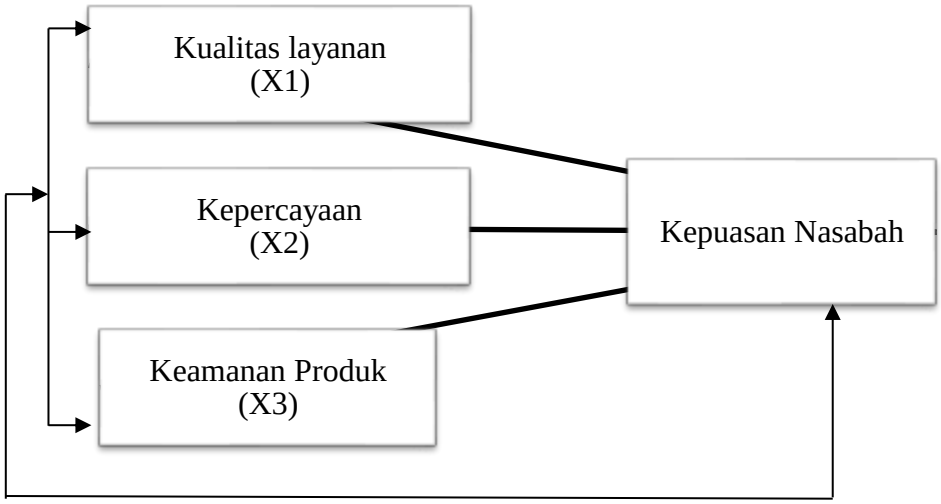
D. Kerangka Berfikir

Kerangka Pemikiran Menurut Sugiyono,kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.dalam penelitian ini terdapat variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain sedangkanvariabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.dalam penelitian terdiri dari variabelindependen (x) yaitu kualitas layanan, kepercayaan dan keamanan sedangkan variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Nasabah.

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

67 Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 135.

Berikut adalah kerangka yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:



E. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti.68 Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujinya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan.

Berdasarkan tinjauan pustaka, Freddy Rangkuti mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas layanan. Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

68 Priyono, Metode Penelitian Kuantitatif (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), hal.66

1. H_0= Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan nasabah BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya.

   H_a= Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BSI Mobile bank syariah indonesia KCP Dhamasraya

2. H_0=Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) bsi Mobile Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya.

   H_a= Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) bsi Mobile Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya.

3. H_{03}=Tidak Terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) bsi Mobile Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya.

   H_a=Terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) bsi Mobile Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang telah ditentukan. Pendekatan deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memberikan gambaran yang jelas tentang fenomena yang terjadi, khususnya mengenai pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan keamanan produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah tapbungan di Bank syariah Indonesia kcp Dhamasraya.69

Penelitian ini data akan dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden yang merupakan nasabah di Bank Sraiah Indonesia kcp Dhamasraya. Variabel penelitian terdiri dari variabel independen (X) yaitu kualitas layanan, kepercayaan, keamanan dan variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah.

2. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Syarian Indonesia kcp Dharmasraya yang terletak di Kabupaten Dharmasraya, Provinsi Sumatera Barat. Penelitian dilakukan pada bulan September 2025

69 Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory survey dalam metode penelitian deskriptif kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, *3*(01), 10–16.

dengan pengumpulan data dilakukan secara bertahap. Pengumpulan data melalui kuesioner yang mana upaya untuk dapat meningkatkan representativitas data yang diperoleh. Dengan memilih lokasi dan waktu yang tepat, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan data yang valid dan akurat mengenai pengaruh kualitas layanan, Kepercayaan Dan Keamanan produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data berbentuk angka yang dapat diolah secara statistik. Data kuantitatif digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah).

Jenis data yang dikumpulkan terdiri atas:

- Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna BSI Mobile di Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya.
- Data sekunder, yaitu data pendukung yang diperoleh dari laporan internal bank, literatur, jurnal penelitian terdahulu, dan dokumen resmi BSI yang relevan dengan topik penelitian.

b. Sumber data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data itu berasal.70 Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan71. Sumber data merupakan subjek dari segala informasi yang akan diolah sebagai dasar pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama melalui proses pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti sendiri. Data ini dikumpulkan secara khusus untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini, data primer akan dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bank Syaria Indonesia kcp Dhamasraya.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan telah dikumpulkan oleh pihak lain, yang kemudian digunakan kembali oleh peneliti untuk mendukung atau melengkapi data primer. Data

---

70 Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek cet*. 14, (Jakarta; Rineka Cipta, 2010), hal. 172

71 Muhammad , *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantiitatif*, (Jakarta;Rajawali Pers, 2013), hal. 97

sekunder dalam penelitian ini akan diambil dari berbagai sumber, seperti laporan, jurnal.

4. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi subjek dari penelitian yang dilakukan. Menurut Nazir (2020), populasi adalah kumpulan dari semua elemen atau anggota yang menjadi sumber data dan informasi untuk menjawab pertanyaan penelitian. Populasi ini mencakup individu atau objek yang memiliki atribut atau karakteristik relevan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Pada penelitian ini, populasi terdiri dari Nasabah yang mengalami masalah mobile banking. Data ini mencakup berbagai latar belakang, sebanyak 1010 orang. Disini peneliti mengambil rata rata nasabah yang mengalami masalah dalam 4 tahun terakhir.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian ini. Sampel merupakan "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi." Pengambilan sampel bertujuan untuk mempermudah penelitian dengan mengurangi waktu dan biaya, sambil tetap memastikan bahwa hasil yang diperoleh valid dan reliabel. Besarnya sampel penelitian ini ditentukan dengan metode Slovin yaitu:

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

Keterangan :

N = populasi

n = sampel

e = standar error (batas kesalahan)[72]

Perhitungan sampel pada penelitian dengan batas kesalahan yang di inginkan peneliti sebesar 10% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1010}{1+1010(0,1)^2}$$

n = 90.99 dibulatkan menjadi 90

Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 responden.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik – teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian

a) Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek atau aktivitas yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, observasi akan dilakukan di Bank Syariah Indonesia kcp Dharmasraya, Pengamatan ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai situasi nyata di

72 Ratna Wijayanti Daniar Paramita, dkk., *Metode Penelitian Kuantitatif (Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi dan Manajemen) Edisi Ketiga*. (Lumajang,Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021).hal.37.

lapangan yang mungkin tidak dapat dijelaskan hanya melalui kuesioner atau data sekunder.

b) Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden, dalam hal ini nasabah Bank. Kuesioner disusun untuk mendapatkan informasi mengenai persepsi nasabah terhadap pelayanan.

Berpedoman kepada pendapat hadjar angket (questionary) adalah suatu daftar pertanyaan atau pertanyaan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subyek, baik secara individual atau kelompok untuk mendapatkan informasi tertentu, seperti preferensi, keyakinan, minat, dan perilaku. Secara singkat angket adalah teknik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi atau data dari sumber data atau responden.

Sedangkan kusioner adalah lembaran pertanyaan yang berdasarkan pertanyaannya terdiri dari dua bentuk, yaitu kusioner dengan pertanyaan terbuka, atau kusioner dengan pertanyaan tertulis, atau kombinasi keduanya. Teknik pengukuran data dilakukan dengan

menggunakan pengukuran skala Likert. Menurut Sugiyono, skala

Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelonpok tentang fenomena sosial.73 Skala Likert ini digunakan dalam pengisian kuesioner. Data yang telah terkumpul melalui angket, kemudian penulis olah ke dalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pernyataan yang telah dijawab oleh responden, dimana pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan jumlah jawaban.

Tabel 3. 1 kusioner atau angket

Alternative Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tudak Setuju (STS)	1

c) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah "mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan catatan lain yang dapat mendukung penelitian ini. Data dari dokumentasi digunakan sebagai bahan pelengkap yang memperkuat hasil pengamatan dan kuesioner.74

73 M/Sc Moch. (2021)Bahak Udin, Aunillah, Statistik Pendidikan (Umsida Press,).
74 Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,hal.231

Metode ini penulis gunakan untuk mengungkap data tentang profil Bank Syariah Indonesia kcp Dhamasraya.

6. Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono data dari seluruh responden tentunya kita harus mengkaji data tesebut melalui analisis data yang kita dapatkan haruslah valid dan benar karena penelitian bicara tentang kebenaran terkait yang terjadi dilapangan dengan membuktikan data-data yang sesuai atau keseuaian data yang kita teliti harapan data dari hipotesis yang kita ajukan apakah ada kesesuian data dari hasilnya responden analisa data tersebut harus erat kaitannya dengan variabel-variabel dalam penelitian dengan menggunakan statistik deskriptif melalui pendekatan penelitian kuantitatif.75

Pada penelitian ini, analisis data yang dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum data dianalisis, pastikan kuesioner valid dan reliabel.

1.) Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian, seperti kuesioner, mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur

75 Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2021), Hlm. 147

tersebut sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan pada setiap item dalam kuesioner untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan relevan dan sesuai dengan variabel yang diukur. Untuk pengambilan keputusan dalam uji validitas dengan dasar berikut:

- Jika nilai rhitung ≥ r tabel, maka item pertanyaan didalam kuesioner dinyatakan valid.
- Jika nilai rhitung ≤ r tabel maka item pertanyaan didalam kuesioner dinyatakan tidak valid.

2.) Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi alat ukur atau seberapa stabil instrumen tersebut dalam menghasilkan data yang sama ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Reliabilitas penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan memiliki konsistensi dan dapat diandalkan untuk dianalisis lebih lanjut. Adapun kriteria suatu instrument penelitian di katakan reliabel dengan menggunakan teknik ini. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- Jika nilai Combach's Alpha > 0,60, maka jawaban dari angket tersebut dikatakan reliabel (andal)
- Jika nilai Combach's Alpha < 0,60, maka jawaban dari angket tersebut dikatakan tidak reliable (andal).

b. Uji Asumsi Klasik

Digunakan sebelum regresi linier berganda untuk memastikan data memenuhi syarat analisis.

1.) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak.Model regresi yang baik seharusnya memiliki analisi grafik dan ujistatistik, dengan ketentuan, sebagai berikut:

a. Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal.
b. Apabila nilai signfikansi atau nilai probabilitas < 0,05 maka,hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

2.) Uji Autokerelasi

Uji autokorelasi adalah metode statistik untuk menguji apakah ada korelasi antara error term (sisaan) pada satu periode dengan error term pada periode sebelumnya, terutama pada model regresi data **time series**. Pengujian ini bertujuan untuk memenuhi asumsi klasik regresi linier bahwa error term bersifat

independen dan tidak berpasangan secara acak. **Uji Durbin-Watson** (DW) adalah salah satu metode yang paling umum digunakan untuk mendeteksi autokorelasi.

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson. Kriteria dalam pengujian Durbin Watson yaitu:

1. Jika $0 < d < dL$, berarti ada autokorelasi positif
2. Jika $4 - dL < d < 4$, berarti ada auto korelasi negative
3. Jika $2 < d < 4 - dU$ atau $dU < d < 2$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif
4. Jika $dL \leq d \leq dU$ atau $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$, pengujian tidak meyakinkan. Untuk itu dapat digunakan uji lain atau menambah data
5. Jika nilai $du < d < 4$-du maka tidak terjadi autokorelas

3.) Uji Multikolinearitis.

Uji multikolienaritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolienaritas sebagai berikut:.

Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika Tolerance < 0,10 dan VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Hasil uji multikolinearitas yang baik akan menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam model bebas dari masalah multikolinearitas, sehingga model regresi dapat diinterpretasikan dengan benar.76

4.) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji Heterokedastisitas adalah untuk memeriksa apakah ada ketidaksamaan varians untuk pengamatan lain dari residual satu pengamatan dalam model. Model regresi yang baik adalah model yang tidak memiliki varians variabel. Jika perubahan residual dari satu pengamatan masih dalam pengamatan yang lain, pengujiannya bukanlah perubahan varians, tetapi jika variabel residual bervariasi dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, mengandung varians. 77

- Jika nilai signifikan > 0,05, maka tidak heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikan < 0,05, maka heteroskedastisitas.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang memiliki satu variable dependen dan lebih dari satu variable independen. Model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

---

76 Albert Kurniawan Purnomo, "Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan Ibm Spss", (Surabaya; Penerbit Cv. Jakad Publishing Surabaya, 2019), Hal 65

77 Fauzi, F., Dencik, A. B., & Asiati, D. I. (2019). Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat, hlm. 156–157.

$$Y=a+b1X1+b_2X_2+b_3X_3+e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (Kepuasan Nasabah)
- aaa = Konstanta (nilai Y ketika X_1, X_2, $X_3 = 0$)
- b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi (menunjukkan besar pengaruh masing-masing X terhadap Y)
- X_1 = Kualitas Layanan
- X_2 = Kepercayaan
- X_3 = Keamanan Produk
- *e* = Error (variabel pengganggu)

Interpretasi Hasil Uji:

- Jika nilai sig < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai sig > 0,05, maka pengaruhnya tidak signifikan.
- Koefisien regresi positif (+) menunjukkan hubungan searah, sedangkan negatif (–) menunjukkan hubungan berlawanan arah.

d. Uji Hipotesis

1.) Uji t (parsial)

Uji T statistik ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara persial atau individu terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain konstan. Pengujian ini

dilakukan dengan melihat derajat signifikan masing-masing variabel bebas.

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen secara parsial (sendiri).

Kriteria penilaian pada uji t yaitu:

- Jika t-hitung > t-tabel artinya H0 ditolak. Berarti hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen signifkan.
- Jika t-hitung < t-tabel, artinya H0 diterima. Berarti hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen tidak signifikan.
- Jika nilai Sig. < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu Ha diterima.
- Jika nilai Sig. > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan begitu Ha ditolak

2.) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan (bersama-sama) variabel-variabel independen yaitu Kualitas

Layanan (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Keamanan Produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah (Y). Jika hasil uji F menunjukkan signifikansi, berarti model regresi linier berganda yang digunakan layak dan minimal satu koefisien regresi berbeda dari nol.

Apabila nilai signifikansi (p-value) < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan signifikansi adalah:

1) F-hitung > F-tabel (k-1, n-k), maka H0 ditolak
2) F-hitung < F-tabel (k-1, n-k), maka H0 diterima

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

BSI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Dharmasraya berperan langsung dalam memberikan layanan perbankan syariah kepada masyarakat di wilayah Kabupaten Dharmasraya dan sekitarnya. Keberadaan BSI KCP Dharmasraya diharapkan mampu menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berlandaskan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, transparansi, dan kemaslahatan.

Dalam menjalankan operasionalnya, BSI KCP Dharmasraya menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan syariah, antara lain penghimpunan dana melalui tabungan, giro, dan deposito syariah, serta penyaluran pembiayaan dengan akad-akad yang sesuai dengan syariat Islam seperti murabahah, mudharabah, dan musyarakah. Selain itu, BSI KCP Dharmasraya juga mendukung layanan digital banking untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan secara cepat dan aman.

BSI KCP Dharmasraya berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang profesional dan humanis kepada nasabah. Hal ini tercermin dari upaya peningkatan kualitas pelayanan, kemudahan akses transaksi, serta edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya literasi keuangan syariah. Dengan pendekatan tersebut, BSI KCP Dharmasraya tidak hanya berperan sebagai lembaga keuangan, tetapi juga sebagai mitra masyarakat dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya

Struktur organisasi di Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya disusun untuk mendukung kelancaran operasional serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Secara umum, struktur organisasi BSI KCP Dharmasraya terdiri dari:

1. Kepala Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan operasional, pengelolaan sumber daya, serta pencapaian target kinerja kantor.
2. Customer Service (CS) Bertugas melayani kebutuhan administrasi nasabah, seperti pembukaan rekening, penanganan keluhan, serta memberikan informasi terkait produk dan layanan perbankan syariah.
3. Teller Bertanggung jawab dalam melaksanakan transaksi keuangan nasabah secara langsung, seperti setoran, penarikan, dan pembayaran lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Account Officer / Marketing Bertugas memasarkan produk penghimpunan dana dan pembiayaan, serta menjalin hubungan baik dengan nasabah dan calon nasabah.

Struktur organisasi ini mencerminkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas guna menciptakan pelayanan yang efektif, efisien, dan profesional.

B. Karakteristik Responden

Karakterisitik responden bertujuan untuk memberikan gambaran yang ingin diketahui mengenai keadaan atau profil dari responden yang didapat dari penyebaran kuesioner yang terdiri dari jenis kelamin, Usia, dan perkerjaan. Dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner sebanyak 90 kuesioner kepada nasabah pengguna mobile banking dengan karakteristik responden sebagai berikut

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	17	18,9	18,9	18,9
	Perempuan	73	81,1	81,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diketahui bahwa responden laki-laki berjumlah 17 orang dengan persentase 19%. dan responden perempuan berjumlah 73 dengan persentase 81%. Jadi dapat dapat disimpulkan bahwa responden dari kuesioner ini di dominasi oleh responden perempuan.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan usia

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 25 Tahun	21	23,3	23,3	23,3
	15 - 20 Tahun	5	5,6	5,6	28,9
	21 - 25 Tahun	64	71,1	71,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa pada responden yang mendominasi adalah responden yang berusia 21-25 tahun dengan total 64 responden dengan persentase 71 %. Yang lain dari usia 15-20 Tahun mendapat 5 responden, >25 tahun dengan 21 responden.

3. Berdasarkan Perkerjaan

Tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan perkerjaan

PERKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	15	16,7	16,7	16,7
	Pegawai Swasta	6	6,7	6,7	23,3
	Pelajar / Mahasiswa	53	58,9	58,9	82,2
	Petani	11	12,2	12,2	94,4
	PNS	5	5,6	5,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel pekerjaan responden, dari 90 responden mayoritas berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 53 orang (58,9%)**.** Selanjutnya, responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 15 orang (16,7%), diikuti petani sebanyak 11 orang (12,2%)**.** Sementara itu, pegawai swasta berjumlah 6 orang (6,7%) dan PNS sebanyak 5 orang (5,6%)**.** Hal ini menunjukkan bahwa responden berasal dari latar belakang pekerjaan yang beragam dengan dominasi pelajar/mahasiswa.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen penelitian

a. Uji Validitas

Tabel 4. 4 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
KUALITAS LAYANAN	XA01	0,540443	0,2061	VALID
	XA02	0,797533	0,2061	VALID
	XA03	0,70302	0,2061	VALID
	XA04	0,743707	0,2061	VALID
	XA05	0,510697	0,2061	VALID
	XA06	0,802203	0,2061	VALID
	XA07	0,342763	0,2061	VALID
	XA08	0,744787	0,2061	VALID
	XA09	0,750517	0,2061	VALID
	XA10	0,826111	0,2061	VALID
	XA11	0,666016	0,2061	VALID
	XA12	0,848987	0,2061	VALID
	XA13	0,784573	0,2061	VALID
	XA14	0,80109	0,2061	VALID
	XA15	0,591685	0,2061	VALID
	XA16	0,732091	0,2061	VALID
	XA17	0,818725	0,2061	VALID
	XA18	0,807189	0,2061	VALID
	XA19	0,807189	0,2061	VALID
	XA20	0,216413	0,2061	VALID
	XA21	0,211019	0,2061	VALID
	XA22	0,25903	0,2061	VALID
	XA23	0,226488	0,2061	VALID
	XA24	0,255352	0,2061	VALID
	XA25	0,216357	0,2061	VALID
KEPERCAYAAN	XB27	0,833388	0,2061	VALID
	XB28	0,838854	0,2061	VALID
	XB29	0,830894	0,2061	VALID
	XB30	0,848404	0,2061	VALID
	XB31	0,852268	0,2061	VALID
	XB32	0,81981	0,2061	VALID
	XB33	0,866266	0,2061	VALID
	XB34	0,7965	0,2061	VALID
	XB35	0,848399	0,2061	VALID
	XB36	0,850368	0,2061	VALID

	XB37	0,873573	0,2061	VALID
	XB38	0,88363	0,2061	VALID
	XB39	0,23872	0,2061	VALID
	XB40	0,235548	0,2061	VALID
	XB41	0,248389	0,2061	VALID
KEAMANAN PRODUK	XC043	0,843975	0,2061	VALID
	XC044	0,875121	0,2061	VALID
	XC045	0,891217	0,2061	VALID
	XC046	0,875864	0,2061	VALID
	XC047	0,83394	0,2061	VALID
	XC048	0,867335	0,2061	VALID
	XC049	0,787978	0,2061	VALID
	XC050	0,766174	0,2061	VALID
	XC051	0,821315	0,2061	VALID
	XC052	0,799824	0,2061	VALID
	XC053	0,861325	0,2061	VALID
	XC054	0,810082	0,2061	VALID
	XC055	0,223586	0,2061	VALID
	XC056	0,255781	0,2061	VALID
	XC057	0,213593	0,2061	VALID
	XC058	0,210428	0,2061	VALID
KEPUASAN NASABAH	Y60	0,901143	0,2061	VALID
	Y61	0,853227	0,2061	VALID
	Y62	0,827249	0,2061	VALID
	Y63	0,788753	0,2061	VALID
	Y64	0,838582	0,2061	VALID
	Y65	0,8523	0,2061	VALID
	Y66	0,805513	0,2061	VALID
	Y67	0,848633	0,2061	VALID
	Y68	0,851885	0,2061	VALID
	Y69	0,796656	0,2061	VALID
	Y70	0,82399	0,2061	VALID
	Y71	0,857598	0,2061	VALID
	Y72	0,214219	0,2061	VALID
	Y73	0,222132	0,2061	VALID
	Y74	0,24999	0,2061	VALID
	Y75	0,285389	0,2061	VALID

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (Kualitas Layanan), X2(Kepercayaan), X3(Keamanan) dan Variabel Y (Kepuasan Nasabah) masing masing menghasilkan nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel}. Dengan demikian seluruh item dari pernyataan variabel

dinyatakan valid dan dapat digunakan pada isntrumen penelitian selanjutnya**.**

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 5 Uji Reabilitas

Variabel	**Reliability Statistics**	
	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	,912	Reliabel
Kepercayaan	,933	Reliabel
Keamanan	,925	Reliabel
kepuasan	,926	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 dengan demikian hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas layanan, kepercayaan, keamanan produk dan kepuasan dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52104941
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,041
	Negative	-,072
Test Statistic		,072

Asymp. Sig. (2-tailed)	,200[c,d]

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan nilai Kolmogorov Smirnov Test dengan hasil 0,200. Dengan demikian nilai Sig. Lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu nilai residual berdistribusi normal.

b. Autokorelasi

Tabel 4. 7 Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,989[a]	,979	,978	1,54735	1,905

Berdasarkan hasil uji Durbin–Watson (DW) pada tabel Model Summary, diperoleh nilai Durbin–Watson (d) sebesar 1,905. Dengan jumlah sampel n = 90 dan jumlah variabel independen k = 3, pada taraf signifikansi α = 0,05, diperoleh nilai dL = 1.5889 dan dU = 1.7264 berdasarkan tabel Durbin–Watson.

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan Durbin–Watson, jika nilai $dU < d < 4 - dU$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi, baik autokorelasi positif maupun negatif. Dalam penelitian ini, nilai d = 1,905 berada pada rentang $1,73 < 1,905 < 2,27$ $(4 - 1,73)$, sehingga memenuhi kriteria tidak adanya autokorelasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah autokorelasi, sehingga asumsi klasik regresi linier

telah terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

c. Multikoloniaritas

Tabel 4. 8 Uji Multikoloniaritas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTALKUALITASLAYANAN	,131	7,652
	TOTALKEPERCAYAAN	,158	6,330
	TOTALKEAMANAN	,174	5,731

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel Coefficients, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10**.**

1. Kualitas Layanan (X_1) Berdasarkan Tabel 4.8, variabel kualitas layanan memiliki nilai tolerance sebesar 0,131, yang berarti lebih besar dari batas minimum 0,10. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 7,652, yang masih berada di bawah batas maksimum 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan tidak mengalami multikolinearitas dengan variabel independen lainnya.
2. Kepercayaan (X_2) Variabel kepercayaan memiliki nilai tolerance sebesar 0,158, yang menunjukkan nilai lebih besar dari 0,10. Nilai VIF sebesar 6,330 juga lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak mengalami

multikolinearitas dan tidak memiliki hubungan yang terlalu kuat dengan variabel independen lainnya.

3. Keamanan (X_3) Variabel keamanan memiliki nilai tolerance sebesar 0,174, yang berarti telah memenuhi kriteria tolerance > 0,10. Nilai VIF sebesar 5,731 juga berada di bawah batas 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan tidak mengalami multikolinearitas dalam model regresi.

d. Hetorokedastisitas

Tabel 4. 9 Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]		
Model		Sig.
1	(Constant)	,053
	TOTALKUALITASLAYANAN	,988
	TOTALKEPERCAYAAN	,662
	TOTALKEAMANANPRODUK	,642

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas menggunakan metode Glejser, diketahui bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen lebih besar dari 0,05, yaitu Total Kualitas Layanan (0,988), Total Kepercayaan (0,662), dan Total Keamanan Produk (0,642). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi, sehingga model memenuhi asumsi klasik

3. Regresi Linear Berganda

Tabel 4. 10 Tabel Regresi Linear

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1,431	,951	1,505	,136
	TOTALKUALITASLAYANAN	,185	,026	7,134	,000
	TOTALKEPERCAYAAN	,281	,047	5,986	,000
	TOTALKEAMANANPRODUK	,306	,044	6,976	,000
a. Dependent Variable: KEPUASANNASABAH					

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,431 mengindikasikan bahwa apabila variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk dianggap konstan, maka tingkat kepuasan nasabah berada pada nilai 1,431.

Koefisien regresi kualitas layanan (0,185) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,185, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai t hitung sebesar 7,134 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien regresi kepercayaan (0,281) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kepercayaan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,281. Nilai t hitung sebesar 5,986 dan signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selanjutnya, koefisien regresi keamanan produk (0,306) menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan keamanan produk

akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,306. Nilai t hitung sebesar 6,976 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa keamanan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan nilai Standardized Coefficients (Beta), dapat diketahui bahwa variabel keamanan produk (β = 0,371) merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah, diikuti oleh kepercayaan (β = 0,351) dan kualitas layanan (β = 0,292). Dengan demikian, keamanan produk menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya

4. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 11 Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,989[a]	,979	,978	1,54735

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,989 yang menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara variabel independen, yaitu kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk, dengan variabel dependen kepuasan nasabah. Nilai R Square sebesar 0,979 dan Adjusted R Square sebesar 0,978 menunjukkan bahwa 97,8% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan 2,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Adapun variabel lain yang tidak diteliti namun berpotensi memengaruhi kepuasan nasabah antara lain kemudahan penggunaan aplikasi (user friendly), kualitas jaringan dan stabilitas sistem, harga atau biaya administrasi, fitur dan kelengkapan layanan BSI Mobile, kecepatan dan ketepatan layanan customer service, pengalaman nasabah (customer experience), serta faktor pribadi nasabah seperti usia, tingkat literasi digital, dan tingkat pemahaman terhadap produk perbankan syariah. Selain itu, faktor situasional seperti kondisi jaringan internet, waktu transaksi, serta gangguan sistem eksternal juga dapat memengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Nilai Std. Error of the Estimate sebesar 1,54735 menunjukkan bahwa tingkat kesalahan dalam memprediksi kepuasan nasabah relatif kecil, sehingga model regresi yang digunakan memiliki tingkat akurasi yang baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda dalam penelitian ini sangat kuat dan layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Tabel 4. 12 Uji T

Coefficients[a]		
Model	t	Sig.

1	(Constant)	1,505	,136
	TOTALKUALITASLAYANAN	7,134	,000
	TOTALKEPERCAYAAN	5,986	,000
	TOTALKEAMANANPRODUK	6,976	,000

Berdasarkan tabel uji t di atas, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel independen adalah sebesar 0,000, sehingga dapat diartikan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan demikian, Ha diterima dan H_0 ditolak.

Penentuan nilai t tabel dilakukan pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ (dua sisi) dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$) yaitu $df = 90 - 3 - 1 = 86$. Berdasarkan tabel distribusi t, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,987.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung kualitas layanan sebesar 7,134, kepercayaan sebesar 5,986, dan keamanan produk sebesar 6,976, yang seluruhnya lebih besar dibandingkan dengan t tabel (1,987). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Tabel 4. 13 Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6471,963	2157,321	223,278	,000[b]
	Residual	830,937	9,662		
	Total	7302,900			

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 223,278 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Nilai F tabel pada taraf signifikansi α = 0,05 dengan derajat kebebasan df1 = 3 dan df2 = 86 adalah sebesar 2,711. Karena F hitung (223,278) > F tabel (2,711) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan Ha diterima.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan dapat digunakan.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kualitas layanan memiliki nilai t-hitung sebesar 7,134 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile di Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif diterima,

yang berarti semakin baik kualitas layanan yang dirasakan nasabah, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Secara empiris, hasil ini mencerminkan kondisi di lapangan di mana nasabah menilai kualitas layanan BSI Mobile dari kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan proses transaksi, serta ketersediaan sistem yang dapat diakses kapan saja. Meskipun masih ditemukan kendala teknis seperti error pada jam tertentu, nasabah tetap merasakan manfaat besar dari layanan ini karena mampu menghemat waktu dan biaya transaksi. Kondisi ini memperkuat bahwa kualitas layanan digital memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori kepuasan nasabah yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti dan Lupiyoadi, yang menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Ketika BSI Mobile mampu memberikan layanan yang praktis dan efisien, maka kepuasan nasabah akan terbentuk secara alami.78

Temuan ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Affandy Yuana Putra dan Fitri Nur Latifah, serta Hairunnisa dkk, yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

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

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki nilai t-hitung sebesar 5,986 dengan nilai signifikansi 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap BSI Mobile, maka kepuasan yang dirasakan juga akan semakin meningkat. Kepercayaan nasabah terhadap BSI Mobile tidak hanya terbentuk dari aspek teknis, tetapi juga dari keyakinan bahwa bank mampu menjaga amanah, transparansi, dan prinsip-prinsip syariah dalam setiap layanan yang diberikan. Dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan menjadi fondasi utama karena berkaitan dengan nilai moral dan kepatuhan terhadap ajaran Islam.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori kepercayaan yang dikemukakan oleh Mayer, Davis, dan Schoorman, yang menyatakan bahwa kepercayaan dibangun melalui tiga dimensi utama, yaitu kemampuan, niat baik, dan integritas. Ketika nasabah menilai bahwa BSI memiliki kemampuan dalam mengelola layanan digital, memiliki niat baik dalam melayani nasabah, serta menjaga integritas sesuai prinsip syariah, maka kepercayaan tersebut akan berdampak langsung pada kepuasan.79

79 Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Amanda, Hairunnisa, dan Ratna, yang menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking syariah. Dengan demikian, hasil penelitian ini semakin menegaskan bahwa kepercayaan merupakan variabel penting dalam menciptakan kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Keamanan Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel keamanan produk memiliki nilai t-hitung sebesar 6,976 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai ini menunjukkan bahwa keamanan produk signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya, semakin aman sistem BSI Mobile yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka. Keamanan dalam layanan mobile banking mencakup perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, serta jaminan bahwa sistem tidak mudah disalahgunakan. Rasa aman menjadi faktor penting sebelum nasabah dapat merasa nyaman dan puas dalam menggunakan layanan digital. Apabila nasabah merasa aman, maka mereka akan lebih percaya dan terus menggunakan layanan tersebut. Temuan ini sejalan dengan teori kebutuhan Maslow, yang menyatakan bahwa keamanan merupakan kebutuhan dasar manusia80. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu oleh Rahmawati Amalia dkk (2023) dan

80 Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. Psychological Review, 50(4), 370–396. https://doi.org/10.1037/h0054346

Jihan Faiza Adila, yang menyimpulkan bahwa keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan keputusan penggunaan layanan BSI Mobile.

4. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Keamanan Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh nilai R Square sebesar 0,979 dan Adjusted R Square sebesar 0,978. Hal ini menunjukkan bahwa 97,8% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk secara bersama-sama. Sementara itu, 2,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti literasi digital, kualitas jaringan internet, dan karakteristik individu nasabah. Nilai R sebesar 0,989 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen berada pada kategori sangat kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang sangat tinggi dalam menjelaskan kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile di Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya.

hasil pengujian hipotesis secara simultan melalui uji F memperkuat temuan pada koefisien determinasi tersebut. Uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile di Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menegaskan bahwa

model regresi yang digunakan layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara simultan.

Dengan demikian, berdasarkan nilai R Square yang sangat tinggi serta hasil uji F yang signifikan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk secara simultan, serta menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki tingkat ketepatan dan kekuatan penjelasan yang sangat baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile.

Berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile di Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 7,134 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,987, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga Ha diterima dan H_0 ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan bank dalam menyediakan layanan yang andal, mudah digunakan, serta responsif melalui aplikasi BSI Mobile berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital.

Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,986 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,987 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga Ha diterima dan H_0 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa keyakinan nasabah terhadap kredibilitas, profesionalisme, serta komitmen Bank Syariah Indonesia dalam mengelola layanan perbankan digital

menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah.

Variabel keamanan produk juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BSI Mobile. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 6,976 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,987, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, sehingga Ha diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, serta keandalan sistem keamanan aplikasi mampu memberikan rasa aman bagi nasabah, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan dalam menggunakan layanan BSI Mobile.

Secara simultan, berdasarkan hasil pengujian dan diperkuat oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,978, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan keamanan produk secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 97,8% variasi kepuasan nasabah, sedangkan 2,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan, khususnya pada layanan digital dan pelayanan langsung kepada nasabah, agar tetap responsif, mudah digunakan, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selain itu, pihak bank perlu menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabah dengan

menerapkan prinsip transparansi, profesionalisme, serta konsistensi terhadap prinsip syariah. Peningkatan sistem keamanan produk juga perlu terus dilakukan guna memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah dalam melakukan transaksi.

2. Bagi nasabah, diharapkan dapat memanfaatkan layanan perbankan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia secara optimal serta meningkatkan pemahaman terkait penggunaan layanan digital agar transaksi dapat dilakukan dengan aman dan efisien.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah, seperti kemudahan penggunaan, kualitas sistem, loyalitas nasabah, atau citra perusahaan, serta memperluas objek dan jumlah responden penelitian agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

A Muqtasid, 2020. "The Role of Religiosity and Sharia Compliance in Building

Ahmad dan Pambudi, dalam Iskandar dan Nasution. (2019). Keamanan dan Kepercayaan dalam Transaksi E-Commerce.

Alalwan, A. A. (2017). E-Loyalty: The Effects of E-Service Quality, E-Satisfaction, E-Trust, and E-Commitment on Customer Loyalty in Online Business. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing.

Al-Ghazali, (1993) Al-Mustasfa min 'Ilm al-Usul Kairo: Al-Maktabah al-Tijariyyah,

Ali Abdallah Alalwan, (2017) E-Loyalty: The Effects of E-Service Quality, E-Satisfaction, E-Trust, and E-Commitment on Customer Loyalty in Online Business (Saarbrücken: Lambert Academic Publishing,.

Al-Syatibi, (2003) Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah M. Syafi'i Antonio, (2001) Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani Press

Al-Syatibi. (2003). Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.

Antonio, M. S. (2001). Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani Press.

Arafat Yusmad, M. (2018). Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik. Yogyakarta: Deepublish.

Arasu, R., & Viswanathan, A. Dalam Isnaini Putra Baskara. (2014). Keamanan dan Kepercayaan dalam Transaksi E-Commerce. Yogyakarta: Deepublish.

Arikunto Suharsimi, 2010 Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek cet. 14, (Jakarta; Rineka Cipta,

Arikunto, S. (tanpa tahun). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.

Arikunto, Suharsimi, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,

Baskara, I. P. (2014). Keamanan dan Kepercayaan dalam Transaksi E-Commerce. Yogyakarta: Deepublish.

Brian Sheppard, (2021) Bank Security: A Manager's Handbook (London: Routledge,

Customer Trust in Islamic Financial Institutions," Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol.11, No.1

Didin Hafifudin Dan Hendri Tanjung, (2014) Manajemen Syari'ah Dalam Praktik, Jakarta, Gema Insani,

Faiza Adila, Jihan, 2024 "Pengaruh Risiko Keamanan, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Bank Syariah Indonesia Mobile"

Fandy Tjiptono, (2006) Manajemen Jasa Yogyakarta: Andi,

Fandy Tjiptono, (2017) Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Yogyakarta: Andi

Freddy Rangkuti, Op Cit.

Fukuyama, F. (1995). Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. New York: Free Press.

Hafifudin, D., & Tanjung, H. (2014). Manajemen Syari'ah Dalam Praktik. Jakarta: Gema Insani.

Hairunnisa Dkk, 2023 "Pengaruh Kepercayaan Dan kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah", Jurnal Perbankan Syariah, Vol.4 No. 02

Hidayati Rosalina Noor, 2023"Pengaruh Kualitas layanan, Keamanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel moderasi"

Hidayatul Mu'ammalah. (2021). Pengaruh Kepatuhan Syariah, Kualitas Pelayanan, dan Reputasi Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah. Skripsi. IAIN Ponorogo.

Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, (2024) Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Edisi ke-17 Harlow: Pearson Education, .

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2024). Management Information Systems: Managing the Digital Firm. Edisi ke-17. Harlow: Pearson Education.

Lewicki, R. J., & Bunker, B. B. (1996). Developing and Maintaining Trust in Work Relationships. Dalam R. M. Kramer & T. R. Tyler (Eds.), Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research (pp. 114–139). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Liliweri, A. (2021). Dari Sistem Kepercayaan dan Religi Tradisional ke Agama: Seri Pengantar Studi Kebudayaan. Bandung: NUSAMEDIA.

Lupiyoadi, R. (2013). Pemasaran Jasa. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

LupiyoaRamba di, (2013) Pemasaran Jasa (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka,

Lutz, R. F., & Vargo, S. L. (2014). Handbook of Service Marketing Research. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. Psychological Review, 50(4), 370–396. https://

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. Academy of Management Review, 20(3)

McKnight, D. H., & Chervany, N. L. (2001). What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology. International Journal of Electronic Commerce, 6(2),

Muhammad, (2013) Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantiitatif,

Muhammad Nejatullah Siddiqi, (1983) Banking Without Interest (Lahore: Islamic Publications,

Muqtasid, A., (2020) "The Role of Religiosity and Sharia Compliance in Building Customer Trust in Islamic Financial Institutions," Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 11, no. 1

Nainggolan, K., Parulian, T., & Siregar, A. U. (2016). Indikator Membangun Good Cooperative Governance, untuk Menumbuhkan Kepercayaan Masyarakat terhadap Koperasi, Studi di Kota Medan. Jurnal Aplikasi Manajemen, 14(2), 334–343. https://doi.org/10.18202/jam23026332.14.2.15

Ninik Rustanti, (2015) Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi, (Diponegoro: Deepublish,

Othman, A., & Owen, L., (2001) "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks," International Journal of Islamic Financial Services 3, no. 1

Priyono, (2016) Metode Penelitian Kuantitatif Surabaya: Zifatama Publishing

Putri, M. Z., Sutarso, Y., & Hiqmah, F. (2021). Pengaruh Risiko Keamanan, Keuangan dan Sosial terhadap Kepercayaan pada Layanan Mobile Payment Aplikasi Dana. Journal of Business & Banking,

Rahman, A. R. A., & Amin, H., (2011) "Determinants of Islamic Insurance Acceptance: An Empirical Analysis," International Journal of Business and Society 12, no. 2

Rahmawati Amalia dkk, 2023 "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan keamanan Produk BSI Mobile Terhadap kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesi, Jurnal Cakrawala Vol. 6 No. 6

Ramaadhan Putri Nadila Dkk, 2024"Analisis pengaruh Mobile Banking BSI Terhadap kepusan nasabah, Jurnal Prosiding program studi ekonomi Islam, Vol. 2 No.1

Rianto M. Nur Al Arif. (2010) Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabet

Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust. Academy of Management Review, 23(3),

Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory survey dalam metode penelitian deskriptif kuantitatif. Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer,

Sugiyono, 2021. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta,

Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik

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

Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler, (2021) Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 8th ed. New York: McGraw-Hill Education.

Vinna Sri Yuniarti, (2015) Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik, Bandung: Pustaka Setia,

Yuana Putra Affandy, 2025 "Pengaruh kualiatas layanan dan kepercayaan nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank BSI KCP Ahmad yani" Jurnal Islamic Banking and finance, Vol.8 No. 1

Yusuf al-Qaradawi, (1997) Fiqh al-Zakah Beirut: Mu'assasah al-Risalah

Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 135.

LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor: 309.40/Un.26.3/HK.00.5/09/2025

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Opi Mahendra** NIM. **3322199** tanggal 01 September 2025;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1233);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya"**

Kedua : Menunjuk saudara:

Nama	:	**Novera Martilova, SE, ME**
NIP	:	198411082023212025
Pangkat/Gol.Ruang	:	Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok	:	Ilmu Ekonomi
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Mikro dan Ekonomi Makro
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 01 September 2025

ABDUL AZIZ

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	17	18,9	18,9	18,9
	Perempuan	73	81,1	81,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Karakteristik berdasarkan usia

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 25 Tahun	21	23,3	23,3	23,3
	15 - 20 Tahun	5	5,6	5,6	28,9
	21 - 25 Tahun	64	71,1	71,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Karakteristik berdasarkan perkerjaan

PERKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	15	16,7	16,7	16,7
	Pegawai Swasta	6	6,7	6,7	23,3
	Pelajar / Mahasiswa	53	58,9	58,9	82,2
	Petani	11	12,2	12,2	94,4
	PNS	5	5,6	5,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Nomor : B-0376/Un.26.3/PP.07/01/2026 30 Januari 2026
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan PT. Bank Syariah Indonesia
Kantor Cabang Pembantu Dharmasraya

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Opi Mahendra**
NIM	: 3322199
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah S1
Judul Skripsi	:" ***Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya***""
Lokasi Penelitian	: PT. Bank Syariah Indonesia KCP Dharmasraya
Waktu	: 30 Januari s.d.28 Februari 2026

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

Lampiran 4 Surat balasan

BSI BANK SYARIAH INDONESIA
PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
Regional Office III Palembang
Jl. Demang Lebar Daun No. 507
Lorok Pakjo, Kec. Ilir Barat I
Palembang
T : (+62) 711 5265001
F : -
www.bankbsi.co.id

22 Oktober 2025
No. 05/ 2312-3/RO III

Kepada
PT Bank Syariah Indonesia
Area Office Padang
Jl. Imam Bonjol No. 17
Padang 26211

U.p.: Yth. Sdr. Hadi Wajaya Arifin, Area Manager

Perihal : **PERSETUJUAN IZIN PENELITIAN DAN MAGANG MAHASISWA DIBAWAH KOORDINASI AREA PADANG**

Ref :
1. Surat Area Padang No.05/1907-3/927A tanggal 10 October 2025
2. Surat Area Padang No.05/1894-3/927A tanggal 02 October 2025
3. Surat Area Padang No.05/1893-3/927A tanggal 02 October 2025

Assalamu'alaikum wr.wb.

Semoga Bapak beserta seluruh jajaran senantiasa dalam keadaan sehat wal 'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT, Aamiin.

Menunjuk perihal dan referensi tersebut diatas dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan magang dan penelitian mahasiswa dapat dilaksanakan di Area Saudara dengan keterangan sebagai berikut :

No	Nama	Asal Sekolah/ Universitas	Periode	Unit Kerja Penelitian
1.	Rogi Robilla	UIN Sjech M Djamil	03/11/2025 s.d 07/12/2025	KCP Pulai Punjung 1
2.	Opi Mahendra	UIN Sjech M Djamil	03/11/2025 s.d 07/12/2025	KCP Pulai Punjung 1
3.	Evi Rahmawati	UIN Sjech M Djamil	03/11/2025 s.d 07/12/2025	KCP Pulai Punjung 1
4.	Vani Rahma Sari	UIN Sjech M Djamil	03/11/2025 s.d 07/12/2025	KCP Pesisir Selatan Painan
5.	Husniyah Khairaty	UIN Sjech M Djamil	03/11/2025 s.d 07/12/2025	KCP Pesisir Selatan Painan
6.	Nurul Safika Amira	SMKN 1 Pykumbuh	11/11/2025 s.d 30/04/2026	KC Bukittinggi
7.	Ceria Vanesa	SMKN 1 Pykumbuh	11/11/2025 s.d 30/04/2026	KC Bukittinggi
8.	Wila	UIN Sjech M Djamil	03/11/2025 s.d 07/12/2025	KC Bukittinggi
9.	Rahma Alya	UIN Sjech M Djamil	03/11/2025 s.d 07/12/2025	KC Bukittinggi
10.	Aulia Safitri	UIN Sjech M Djamil	03/11/2025 s.d 07/12/2025	KC Bukittinggi

1. Peserta harus mematuhi Undang Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Indonesia yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta harus mematuhi SPO HC perihal Riset, Penelitian dan Praktek Kerja Lapangan, Pengisian Quisioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S1-S3 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarluaskan kepada pihak lain.
4. Peserta tidak diperkenankan menyalin (fotocopy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta akan dibawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
6. Setelah melaksanakan penelitian/riset, peserta menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Indonesia.
7. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai (terlampir).

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 5 Pernyataan Kuesioner

LEMBARAN KUENSIONER

Saya Opi Mahendra mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Program Studi Perbankan Syariah yang ingin melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Layanan,Kepercayaan dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Dhamasraya."**. Maka peneliti sangat mengharapkan kesediaan responden untuk mengisi kuesioner ini dan setiap data yang diperoleh akan dijaga kerahasiannya. Terimakasih atas waktu yang telah responden berikan untuk mengisi kuesioner ini.

Identitas
Responden

Nama :

Jenis Kelamin

a. Laki –laki
b. Perempuan

Usia

a. <15 Tahun c. 21-25 Tahun
b. 16-20 Tahun d. ≥ 26 Tah un

Pekerjaan

a. PNS c.Petani
b. Pegawai Swasta d.Pelajar/Mahasiswa

Ada 5 Alternatif jawaban yang disediakan yaitu:

Pernyataan	**Skor**
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Netral	3
Setuju (S)	4
Sangat setuju (SS)	5

1. Kualitas Layanan (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	positif					
Efesiensi (Efficiency)						
1	BSI Mobile memudahkan saya dalam melakukan transaksi perbankan sehari-hari					
2	Proses transaksi melalui BSI Mobile dapat dilakukan dengan cepat.					

3	Menu dan fitur pada BSI Mobile mudah dipahami dan digunakan					
Pemenuhan Janji (Fulfilment)						
1	BSI Mobile memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak bank.					
2	Transaksi yang saya lakukan melalui BSI Mobile selalu berhasil sesuai dengan permintaan.					
3	Informasi saldo dan mutasi yang ditampilkan di BSI Mobile sesuai dengan kondisi sebenarnya.					
Ketersediaan Sistem Beroperasi (System Availability)						
1	BSI Mobile jarang mengalami gangguan atau error saat digunakan.					
2	Aplikasi BSI Mobile dapat diakses kapan saja ketika saya membutuhkannya.					
3	Sistem BSI Mobile tetap berfungsi dengan baik saat jam sibuk transaksi.					
Privasi (Privacy)						
1	Data pribadi saya aman sat menggunakan BSI Mobile.					
2	Informasi akun saya tidak mudah diakses oleh pihak yang tidak berwenang.					
3	Saya merasa nyaman memasukkan data pribadi dan transaksi di BSI Mobile.					
Jaminan/ Kepercayaan (Assurance/ Trust)						
1	Saya percaya BSI Mobile dapat menjaga keamanan transaksi saya.					
2	BSI Mobile memberikan rasa aman saat melakukan transaksi keuangan.					
3	Saya yakin pihak Bank Syariah Indonesia bertanggung jawab atas layanan BSI Mobile.					
Tampilan Situs/Aplikasi (Site Aesthetic)						
1	Tampilan BSI Mobile terlihat menarik dan modern.					
2	Tata letak menu pada BSI Mobile tertata rapi dan enak dilihat.					
3	Kombinasi warna dan desain pada BSI Mobile membuat saya nyaman menggunakannya.					
	Negatif					
Efesiensi (Efficiency)						
1	Proses pelayanan sering memakan waktu lebih lama					
	dari yang seharusnya.					
Pemenuhan Janji (Fulfilment)						
1	Informasi layanan yang dijanjikan sering tidak sesuai kenyataan.					

Ketersediaan Sistem Beroperasi (System Availability)						
1	Saya sering kesulitan mengakses layanan karena sistem tidak stabil.					
Privasi (Privacy)						
1	Saya merasa data pribadi saya kurang terlindungi dengan baik.					
Jaminan/ Kepercayaan (Assurance/ Trust)						
1	Saya kurang yakin terhadap keamanan layanan yang diberikan.					
Tampilan Situs/Aplikasi (Site Aesthetic)						
1	Tampilan aplikasi/situs kurang menarik dan membingungkan					

2. Kepercayaan (x2)

No	**Pernyataan**	**Alternatif Jawaban**				
		STS	**TS**	**N**	**S**	**SS**
	Positif					
Kemampuan (Ability)						
1	BSI Mobile memiliki kemampuan yang baik dalam melayani kebutuhan transaksi perbankan saya.					
2	Fitur-fitur yang tersedia di BSI Mobile berfungsi sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
3	BSI Mobile mampu memproses transaksi dengan akurat dan tepat.					
4	BSI Mobile dapat diandalkan dalam membantu saya melakukan berbagai jenis transaksi perbankan.					
Niat Baik (Benevolence)						
1	BSI Mobile memberikan kemudahan yang bertujuan untuk membantu nasabah.					
2	Pihak Bank Syariah Indonesia menunjukkan kepedulian terhadap kenyamanan pengguna BSI Mobile.					
3	BSI Mobile memberikan solusi yang bermanfaat ketika nasabah mengalami kendala.					
4	Saya merasa BSI Mobile tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada kepuasan nasabah					
Integritas (Integrity)						
1	BSI Mobile memberikan informasi layanan yang jujur dan dapat dipercaya.					
2	Pihak Bank Syariah Indonesia menepati janji layanan yang disampaikan melalui BSI Mobile.					
3	Ketentuan dan aturan penggunaan BSI Mobile					

	disampaikan dengan jelas dan transparan.					
4	Saya percaya BSI Mobile menjalankan layanan sesuai dengan prinsip yang berlaku.					
	Negatif					
Kemampuan (Ability)						
1	saya meragukan kemampuan bank dalam memberikan layanan terbaik.					
Niat Naik (Benevolence)						
1	Saya merasa bank kurang memperhatikan kepentingan nasabah					
Integritas (integrity)						
1	Bank tidak selalu konsisten antara perkataan dan tindakan.					

3. Keamanan (X3)

No	Pernyataan					
		STS	TS	N	S	SS
	Positif					
Confidentiality (Kerahasian)						
1	Data pribadi saya terjaga kerahasiaannya saat menggunakan BSI Mobile.					
2	Informasi transaksi saya tidak mudah diakses oleh pihak yang tidak berwenang.					
3	Saya merasa aman menyimpan informasi akun pada aplikasi BSI Mobile.					
Integrity (Keutuhan Data)						
1	Informasi saldo dan mutasi pada BSI Mobile selalu akurat					
2	Data transaksi tidak berubah tanpa sepengetahuan saya.					
3	BSI Mobile menjaga keutuhan data selama proses transaksi					
Avaibility (ketersediaan layanan)						
1	BSI Mobile dapat diakses kapan saja saya membutuhkan layanan perbankan.					
2	Aplikasi BSI Mobile jarang mengalami gangguan sistem.					
3	Layanan BSI Mobile tetap tersedia saat volume transaksi meningkat.					
Legitimate Use (Penggunaan Yang Sah)						
1	Akses ke akun BSI Mobile hanya dapat dilakukan oleh pengguna yang berwenang.					

2	Sistem keamanan BSI Mobile mencegah penyalahgunaan akun oleh pihak lain.					
3	Proses verifikasi pengguna pada BSI Mobile membuat saya merasa aman.					
	Negatif					
Confidentiality (Kerahasian)						
1	Saya khawatir informasi saya tidak dijaga dengan baik.					
Integrity (Keutuhan Data)						
1	Sistem terkadang menampilkan informasi yang tidak akurat.					
Avaibility (Ketersediaan Layanan)						
1	Sistem kerap mengalami error atau gangguan.					
Legitimate Use (Penggunaan Yang Sah)						
1	Saya khawatir layanan disalahgunakan oleh pihak tidak bertanggung jawab.					

4. Kepuasan Nasabah (Y)

No	**Pernyataan**	**Alternatif Jawaban**				
	Positif	STS	TS	N	S	SS
Perasaan Puas (puas terhadap produk dan Pelayanan)						
1	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan melalui BSI Mobile.					
2	Produk dan fitur yang tersedia di BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan saya.					
3	Secara keseluruhan, saya puas menggunakan BSI Mobile dalam aktivitas perbankan.					
Selalu Membeli/Menggunakan Produk						
1	Saya terus menggunakan BSI Mobile untuk melakukan transaksi perbankan.					
2	BSI Mobile menjadi pilihan utama saya dalam layanan perbankan digital.					
3	Saya berniat tetap menggunakan BSI Mobile dalam jangka waktu yang panjang.					
Akan Merekomendasikan Kepada OrangLain						
1	Saya bersedia merekomendasikan BSI Mobile kepada keluarga atau teman.					
2	Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan BSI Mobile.					
3	Saya menceritakan pengalaman positif saya menggunakan BSI Mobile kepada orang lain.					

Terpenuhnya Harapan Pelanggan Setelah Menggunakan Produk						
1	Layanan BSI Mobile sesuai dengan harapan saya sebagai nasabah.					
2	Kinerja BSI Mobile memenuhi harapan saya dalam melakukan transaksi.					
3	Pengalaman saya menggunakan BSI Mobile sesuai dengan yang saya harapkan sebelumnya.					
	Negatif					
Perasaan Puas (puas terhadap produk dan Pelayanan)						
1	Saya merasa tidak puas dengan produk dan layanan					
	yang diberikan.					
Selalu Membeli/Menggunakan Produk						
1	Saya enggan menggunakan kembali produk tersebut					
Akan Merekomendasikan Kepada OrangLain						
1	Saya tidak tertarik merekomendasikan layanan ini kepada orang lain.					
Terpenuhnya Harapan Pelanggan Setelah Menggunakan Produk						
1	Layanan yang diberikan belum memenuhi harapan saya.					

Lampiran 6 Data Responden

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
Vianda putri	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Lioni Khoiriyah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Willi Annisa Pitri	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Afri Nadia	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Helena Fahra	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Rayhanna Putri Lbs	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
Debby	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Desi Ratna Sari Harahap	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Farah Nurul Putri	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Gemina Rika Mai Sari	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Tiara	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Rahma yani	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Aliva	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
Vina Annisa	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Nida	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Roma Reskyna Siregar	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Dima Saputri	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Hilyatul Jannah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Fadilla Anggraini	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Wilya Mardhatillah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa

Sukma Andini	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Widya Fadila	Perempuan	21 - 25 Tahun	PNS
Fifian fatma	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Allisya Dzuhri Saqinah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
hatifa fahrum	Perempuan	> 25 Tahun	Petani
Sinyo	Laki-laki	> 25 Tahun	Petani
Adidas	Laki-laki	> 25 Tahun	Petani
Wafit Azizah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Riska Angelina	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Asroh Olivia putri	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Muhammad Faridh	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Variza melaficha	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Windi artika	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Melani Hidayah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
Hesty anjeli	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Ralda Lusia	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Nurhikmah Azzahra	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Nayatulloh Fitriani	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Mela Azmardiah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Dhea Olivia	Perempuan	> 25 Tahun	Lainnya
Muhammad Ikhsan	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Lainnya
Tivani Emerald Dios	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
WIlya mardhatillah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Yuzel Haikal Putra	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa

Intan Kurnia aziqra	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Ela Widya Ningsih	Perempuan	15 - 20 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Syafa Aulia Jambak	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Sittah	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Afri Maharani	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
Lisa Febrianti	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Vivi	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Hilda oktaviani	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
Devi	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Sri indrianni	Perempuan	> 25 Tahun	Pegawai Swasta
Annisa Nurindah Sari	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
Annisa Nurindah Sari	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
Anisa Anggraini putri	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Vira	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Wena Amelia	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Wanda Kurnia putri	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Latifa	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
iskarwati	Perempuan	> 25 Tahun	Petani
Reza Anugra	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Petani
cacan	Perempuan	15 - 20 Tahun	Lainnya
Farrel	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Chairunisa Diniada	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya
pepy nelpiana	Perempuan	> 25 Tahun	Lainnya
Cindi Rahmi	Perempuan	21 - 25 Tahun	Lainnya

Minda jelita	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Mila Anggraini	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
ZILAL ROBBANI	Laki-laki	> 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
fara juanda putri	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Argantayuda	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Mela Aftita	Perempuan	> 25 Tahun	Pegawai Swasta
Rani Junia Salputri	Perempuan	21 - 25 Tahun	Pelajar / Mahasiswa
Syahrul azmi	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Petani
Ahmadi	Laki-laki	> 25 Tahun	Petani
Irgi Fadila Yahya	Laki-laki	> 25 Tahun	PNS
Royken fordosky	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Petani
Refnawati	Perempuan	> 25 Tahun	Petani
Dedi hendra	Laki-laki	> 25 Tahun	Petani
Herman	Laki-laki	> 25 Tahun	Petani
Embun sari Wulan	Perempuan	> 25 Tahun	Pegawai Swasta
Vivi yuliani	Perempuan	> 25 Tahun	PNS
Aziza	Perempuan	> 25 Tahun	PNS
Evemi Dewi	Perempuan	> 25 Tahun	PNS
Fernandez	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Lainnya
Nandiati	Perempuan	> 25 Tahun	Pegawai Swasta
Irawati	Perempuan	> 25 Tahun	Pegawai Swasta
Fikri alvindo	Laki-laki	> 25 Tahun	Pegawai Swasta

Lampiran 7 Tabulasi Data

X1 Kualitas Layanan

4	4	4	4	3	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	2	3	2	88
5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	106
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	2	3	2	105
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	85
4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	2	4	4	79
4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	94
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	2	90
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	3	2	91
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	2	89
4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	4	3	3	104
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	5	3	4	1	71
5	5	5	3	3	5	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	2	2	2	2	1	3	88
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	91
4	5	5	5	3	5	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	1	100
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	3	1	1	2	1	94
3	4	4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	1	1	1	1	81
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	1	1	3	85
3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	5	3	3	88
3	3	4	2	4	3	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	5	5	4	4	67
3	4	4	4	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	3	4	3	3	4	95
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	93

3	4	4	4	5	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	86
3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	4	2	94
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	2	3	85
3	4	5	5	3	4	1	3	4	4	1	3	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	3	2	87
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	3	2	88
4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	1	3	2	2	3	95
1	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	1	3	3	2	2	93
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	2	2	5	102
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	2	96
3	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	1	3	2	4	3	3	94
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	5	4	4	3	41
4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	1	3	3	4	3	2	85
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	1	1	2	102
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	3	3	91
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	1	2	1	4	83
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	2	88
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	3	3	34
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	1	1	2	4	87
4	4	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	1	1	5	1	3	4	90
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	3	3	90
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	3	2	5	86
4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	2	2	5	3	4	93
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	91
4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	81

1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	3	1	1	97
3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	2	2	3	1	3	84
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	87
1	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	2	1	3	63
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	2	1	1	1	1	4	86
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	3	1	3	82
1	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	1	3	4	2	4	3	92
3	3	4	3	3	2	4	2	3	4	2	3	3	2	3	3	2	4	2	1	2	2	4	2	66
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	2	2	2	83
4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	4	2	86
1	4	4	4	3	4	4	1	3	2	2	3	5	5	2	3	4	3	2	3	2	2	4	2	72
2	4	5	2	2	4	1	2	2	3	5	3	2	3	3	5	4	3	3	1	3	2	2	1	67
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	1	1	3	83
3	4	4	4	2	4	5	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	1	1	1	1	1	3	75
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	2	1	2	3	3	82
5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	2	5	5	5	2	1	3	1	2	3	93
4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3	3	2	4	3	2	2	3	2	1	4	83
3	4	2	4	3	3	2	4	2	4	1	4	3	2	5	3	3	2	3	3	4	1	1	3	69
3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1	4	3	4	2	1	3	1	1	3	67
5	5	4	5	2	5	2	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	2	2	1	2	3	94
5	5	5	5	2	5	3	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	3	2	1	3	3	97
4	4	4	5	1	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	2	2	1	1	4	84
3	3	3	4	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	1	4	2	3	3	68
4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	2	2	1	2	3	79

3	3	3	3	1	4	4	2	2	2	1	2	4	3	3	3	3	3	4	3	2	1	1	4	64
4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	4	4	4	2	2	2	2	2	4	78
4	5	4	4	1	4	4	5	4	4	5	4	3	4	2	5	4	4	3	2	3	1	2	4	85
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	1	2	1	2	3	85
2	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	2	3	3	1	1	1	2	1	58
3	2	3	2	4	2	5	2	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	2	2	4	1	1	69
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	2	4	3	4	4	4	3	2	1	2	2	2	80
3	3	2	4	2	3	4	2	4	4	2	3	4	4	5	3	2	3	3	1	1	1	2	1	66
3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	3	2	2	1	2	2	2	70
3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	1	1	3	2	73
3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	2	4	3	4	2	2	1	1	1	2	69
2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	1	1	1	2	70
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	2	2	1	1	1	1	72
2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	1	4	4	4	4	3	2	1	1	2	1	2	68
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	1	1	1	1	1	67
3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	1	1	1	1	2	68
3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	2	2	72
4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	1	69
3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	1	3	4	3	4	3	1	1	1	1	1	1	64
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	1	1	1	1	65
3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	1	3	4	3	3	3	2	1	1	1	1	1	64

X2 Kepercayaan

4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	1	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	1	66
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	55
4	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	4	1	1	42
4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	2	1	1	56
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	57
5	5	3	4	3	4	4	5	3	4	3	5	2	1	2	53
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	1	64
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	39
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	1	59
4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	1	1	2	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	68
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	2	62
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	2	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	1	57
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	1	51
3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	36
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	2	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	1	53
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	52

4	3	4	3	5	4	3	5	3	4	5	3	3	2	2	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	54
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	2	3	3	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	70
4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3	3	63
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	65
5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	1	1	51
4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	1	3	60
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	17
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	2	1	54
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	55
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	3	1	51
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	54
1	1	1	1	2	2	1	2	2	3	1	1	2	1	1	22
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	55
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	1	2	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	55
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	1	53
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	57
4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	2	66

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	43
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	55
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	1	4	64
2	3	2	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	2	2	41
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3	51
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	63
2	4	5	3	2	4	2	4	4	2	1	4	3	1	2	43
1	3	3	1	5	4	5	5	3	3	3	5	2	2	2	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	2	54
4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	2	3	3	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	3	66
4	5	3	4	4	5	3	4	5	3	4	4	3	1	1	53
3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	3	1	3	40
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	3	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	2	68
5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	2	1	61
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	55
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	38

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	55
3	2	3	3	2	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	38
3	3	3	2	3	4	4	2	4	2	3	3	4	2	3	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	2	54
2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	2	4	1	40
3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	2	4	1	1	44
4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	1	1	46
3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	1	1	1	43
3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	1	3	46
3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	1	47
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	1	2	44
3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	1	46
3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	1	4	50
3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	1	1	49
3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	51
4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	48
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	1	1	44
3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	1	1	45

X3 Keamanan

4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	2	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	3	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	47
4	3	2	3	4	3	3	4	4	2	4	2	2	2	4	2	38
5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	1	3	2	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	48
3	5	4	4	5	3	5	4	3	5	4	5	2	2	2	1	50
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	3	58
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	37
4	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	1	3	3	3	52
4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	1	3	2	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	1	2	60
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	2	1	1	2	53
5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	1	1	4	3	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	5	2	48
3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	2	42
1	2	2	2	3	2	4	2	2	3	3	3	4	2	4	2	29
5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	48

5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	47
5	4	3	4	5	3	4	5	4	3	5	3	2	2	1	5	48
4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	2	1	3	1	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	3	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	48
3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	2	2	3	3	39
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	2	2	4	2	55
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	2	1	5	3	56
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2	3	1	45
5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	5	5	3	1	4	2	51
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	12
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	5	2	48
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	`	3	2	49
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	1	2	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	4	47
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	12
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	3	48
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	2	4	5	2	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	48
4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	5	4	2	45
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	48
3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	2	41

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	3	60
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	1	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	1	48
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	1	2	2	35
5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	1	2	2	3	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	5	4	48
4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	3	4	3	55
3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	3	2	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	1	4	3	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	48
1	5	3	4	3	3	3	5	1	2	4	4	1	1	2	3	38
1	2	4	4	3	4	5	2	4	1	1	1	2	1	2	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	1	3	48
4	3	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	1	3	3	1	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	3	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	3	3	60
4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	5	1	49
3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	1	1	2	1	34
3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	1	2	4	1	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	3	2	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	4	3	60
4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	1	1	3	1	47
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	3	1	48

3	2	3	3	2	3	3	5	3	5	3	4	3	1	1	1	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	3	2	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	48
3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	1	2	3	31
3	2	2	3	2	3	4	5	3	4	4	2	1	1	2	3	37
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	2	1	47
3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	4	5	1	1	1	2	36
3	3	2	3	4	2	3	4	2	4	3	2	1	1	3	1	35
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	1	1	2	1	43
3	4	3	4	5	3	4	3	3	4	3	4	2	1	1	2	45
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5	2	1	1	2	44
3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	2	1	1	44
3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	40
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	1	1	1	2	41
3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	1	1	42
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	1	1	2	1	42
3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	2	2	2	1	43
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	4	1	40
3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	1	2	1	1	42
3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	1	2	1	43

Y Kepuasan

4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	5	2	5	4	58
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	2	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	4	62
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	50
2	3	3	2	4	2	3	3	4	2	3	4	3	3	1	2	35
4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	2	1	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	36
4	5	3	1	2	3	4	4	5	5	5	3	4	4	3	3	44
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	59
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	37
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	55
4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	2	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	60
5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	55
3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	48
4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	3	2	51
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	48
4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	48

4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	3	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	48
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	4	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	48
5	3	5	5	4	4	5	5	5	2	5	4	5	4	3	4	52
4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	1	3	4	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	59
4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	44
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	52
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	3	4	12
5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	48
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	49
3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	42
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	46
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	3	2	12
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	48
4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	48
3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	3	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	60

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	48
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	34
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	48
4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	1	3	3	3	56
3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	2	4	5	5	49
2	4	2	2	4	3	5	1	2	5	4	3	2	4	5	3	37
4	4	2	3	4	4	3	4	3	3	5	5	2	4	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	48
4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	1	3	3	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	4	60
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	53
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	2	33
3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	3	60
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	47
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	36

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	48
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	50
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	47
3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	5	4	1	1	1	2	37
3	3	5	3	2	3	4	2	3	3	3	2	1	3	4	2	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	48
3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	1	4	2	2	35
3	3	2	4	3	2	4	2	3	3	3	3	1	5	2	2	35
3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1	2	2	2	39
3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1	4	2	2	40
3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	1	3	2	2	39
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	1	4	2	1	42
3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	1	3	2	2	40
3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	1	2	2	1	41
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1	1	1	1	39
3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	1	1	2	2	41
3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	1	1	2	45
3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	1	1	2	2	41
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	1	1	2	2	42
3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	1	1	1	2	40

Lampiran 8 Hasil Uji

Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
KUALITAS LAYANAN	XA01	0,540443	0,2061	VALID
	XA02	0,797533	0,2061	VALID
	XA03	0,70302	0,2061	VALID
	XA04	0,743707	0,2061	VALID
	XA05	0,510697	0,2061	VALID
	XA06	0,802203	0,2061	VALID
	XA07	0,342763	0,2061	VALID
	XA08	0,744787	0,2061	VALID
	XA09	0,750517	0,2061	VALID
	XA10	0,826111	0,2061	VALID
	XA11	0,666016	0,2061	VALID
	XA12	0,848987	0,2061	VALID
	XA13	0,784573	0,2061	VALID
	XA14	0,80109	0,2061	VALID
	XA15	0,591685	0,2061	VALID
	XA16	0,732091	0,2061	VALID
	XA17	0,818725	0,2061	VALID
	XA18	0,807189	0,2061	VALID
	XA19	0,807189	0,2061	VALID
	XA20	0,216413	0,2061	VALID
	XA21	0,211019	0,2061	VALID
	XA22	0,25903	0,2061	VALID
	XA23	0,226488	0,2061	VALID
	XA24	0,255352	0,2061	VALID
	XA25	0,216357	0,2061	VALID
KEPERCAYAAN	XB27	0,833388	0,2061	VALID
	XB28	0,838854	0,2061	VALID
	XB29	0,830894	0,2061	VALID
	XB30	0,848404	0,2061	VALID
	XB31	0,852268	0,2061	VALID
	XB32	0,81981	0,2061	VALID
	XB33	0,866266	0,2061	VALID
	XB34	0,7965	0,2061	VALID
	XB35	0,848399	0,2061	VALID
	XB36	0,850368	0,2061	VALID
	XB37	0,873573	0,2061	VALID
	XB38	0,88363	0,2061	VALID
	XB39	0,23872	0,2061	VALID

	XB40	0,235548	0,2061	VALID
	XB41	0,248389	0,2061	VALID
KEAMANAN PRODUK	XC043	0,843975	0,2061	VALID
	XC044	0,875121	0,2061	VALID
	XC045	0,891217	0,2061	VALID
	XC046	0,875864	0,2061	VALID
	XC047	0,83394	0,2061	VALID
	XC048	0,867335	0,2061	VALID
	XC049	0,787978	0,2061	VALID
	XC050	0,766174	0,2061	VALID
	XC051	0,821315	0,2061	VALID
	XC052	0,799824	0,2061	VALID
	XC053	0,861325	0,2061	VALID
	XC054	0,810082	0,2061	VALID
	XC055	0,223586	0,2061	VALID
	XC056	0,255781	0,2061	VALID
	XC057	0,213593	0,2061	VALID
	XC058	0,210428	0,2061	VALID
KEPUASAN NASABAH	Y60	0,901143	0,2061	VALID
	Y61	0,853227	0,2061	VALID
	Y62	0,827249	0,2061	VALID
	Y63	0,788753	0,2061	VALID
	Y64	0,838582	0,2061	VALID
	Y65	0,8523	0,2061	VALID
	Y66	0,805513	0,2061	VALID
	Y67	0,848633	0,2061	VALID
	Y68	0,851885	0,2061	VALID
	Y69	0,796656	0,2061	VALID
	Y70	0,82399	0,2061	VALID
	Y71	0,857598	0,2061	VALID
	Y72	0,214219	0,2061	VALID
	Y73	0,222132	0,2061	VALID
	Y74	0,24999	0,2061	VALID
	Y75	0,285389	0,2061	VALID

Uji Reabilitas

Variabel	**Reliability Statistics**	
	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan	,912	Reliabel
Kepercayaan	,933	Reliabel
Keamanan	,925	Reliabel
kepuasan	,926	Reliabel

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52104941
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,041
	Negative	-,072
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,989[a]	,979	,978	1,54735	1,905

Uji Multikoloniaritas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTALKUALITASLAYANAN	,131	7,652
	TOTALKEPERCAYAAN	,158	6,330
	TOTALKEAMANAN	,174	5,731

Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]		
Model		Sig.
1	(Constant)	,053
	TOTALKUALITASLAYANAN	,988
	TOTALKEPERCAYAAN	,662
	TOTALKEAMANANPRODUK	,642

Tabel Regresi Linear

Coefficients[a]					
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1,431	,951	1,505	,136
	TOTALKUALITASLAYANAN	,185	,026	7,134	,000
	TOTALKEPERCAYAAN	,281	,047	5,986	,000
	TOTALKEAMANANPRODUK	,306	,044	6,976	,000
a. Dependent Variable: KEPUASANNASABAH					

Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,989[a]	,979	,978	1,54735

Uji T

Coefficients[a]			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1,505	,136
	TOTALKUALITASLAYANAN	7,134	,000
	TOTALKEPERCAYAAN	5,986	,000
	TOTALKEAMANANPRODUK	6,976	,000

Uji F

ANOVA[a]					
Model		Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6471,963	2157,321	223,278	,000[b]
	Residual	830,937	9,662		
	Total	7302,900			

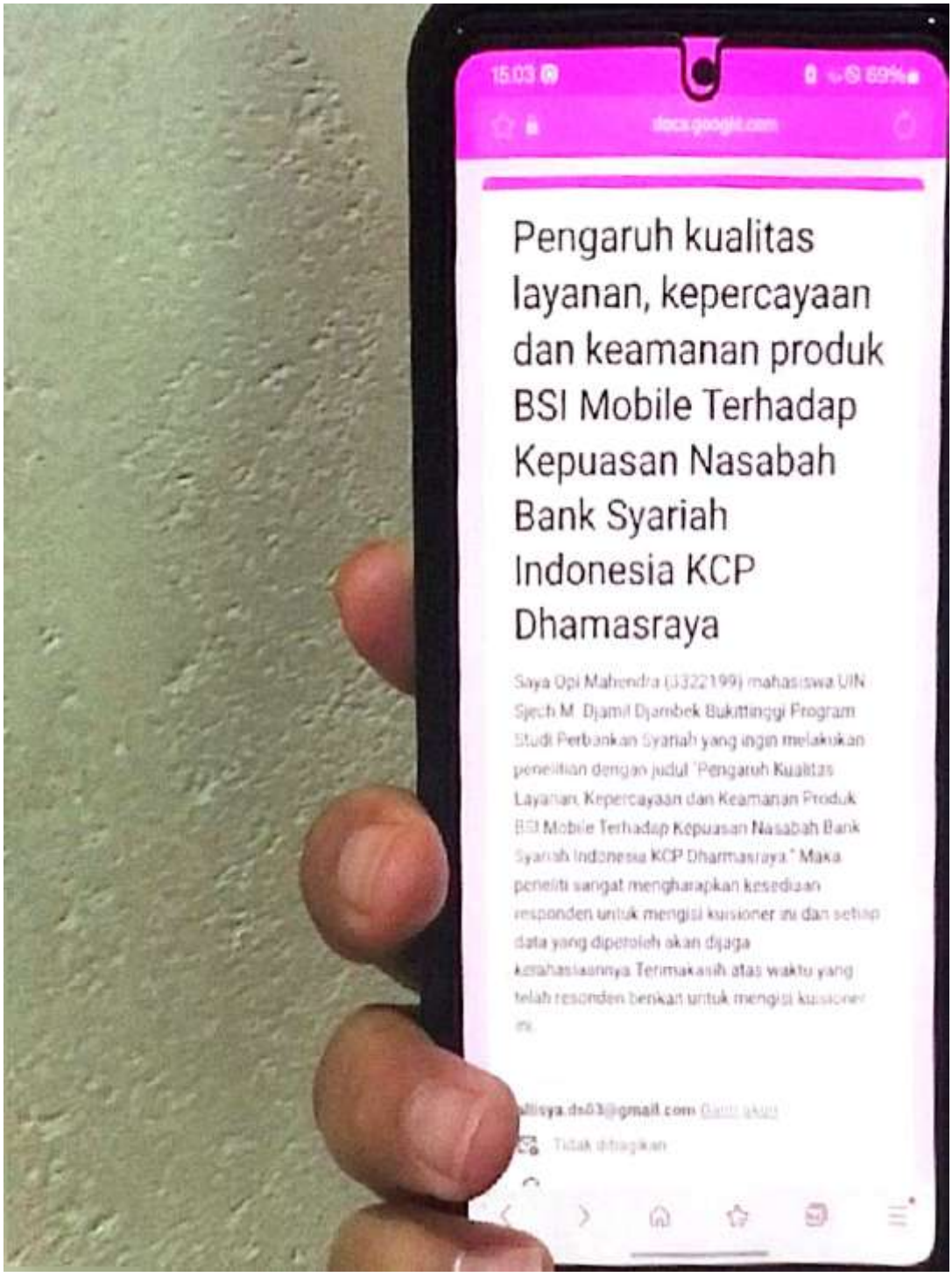
Lampiran 9 Tabel F

70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

Lampiran 10 Tabel T

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

Lampiran 11 Dokumentasi





Dipindai dengan CamScanner





