

PENGARUH KUALITAS DIGITAL BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BNI SYARIAH CABANG BANDA ACEH

Izma Fazlun Jannah¹
Inayatillah Djakfar²
Azimah Dianah³

fazlunjannah1997@gmail.com¹

inayatillah.djakfar@ar-raniry.ac.id²

azimahdianah@ar-raniry.ac.id³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry¹²³

ABSTRAK

Layanan perbankan digital (digital banking) merupakan sebuah inovasi perbankan dalam memberikan pelayanan cepat yang bisa diakses kapan dan dimana saja kepada nasabah. Layanan perbankan digital dapat mempermudah nasabah dalam melakukan pembukaan buku rekening, transaksi perbankan, registrasi, komunikasi, dan penutupan rekening. Terkait dengan ini mutu atau kualitas layanan digital banking tentunya akan berdampak kepada kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas digital banking mempengaruhi kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan metode non-probability Sampling. Alat analisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian dengan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas desain website, kualitas informasi website, accuracy, speed, dan security secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah. Secara parsial variabel kualitas desain website dan kualitas informasi website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah. Sedangkan variabel accuracy, speed, dan security berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah.

Kata Kunci: kualitas, layanan, kepuasan, digital banking

ABSTRACT

Digital banking service is a banking innovation in providing fast-accessible services, anytime and anywhere to customers. It eases the customers to apply for saving account, involve in banking transactions, registration and communication, and to discontinue the saving accounts. Related to this, the value or quality of digital banking services will certainly have an impact on customer satisfaction. This study aims to determine the extent of influence of digital banking quality to customer satisfaction at BNI Syariah KC Banda Aceh.

Izma, Inayatillah, Azimah: Pengaruh Kualitas Digital Banking 1

By employing non-probability sampling method through quantitative approach, the study used multiple linear regression analysis. Simultaneously, website design quality, website information quality, accuracy, speed, and security affected customer satisfaction of digital banking users at BNI Syariah. Partially, the variables of website design quality and website information quality have no effect on customer satisfaction of digital banking users at BNI Syariah. Additionally, accuracy, speed, and security variables significantly shaped customer satisfaction for digital banking users at BNI Syariah.

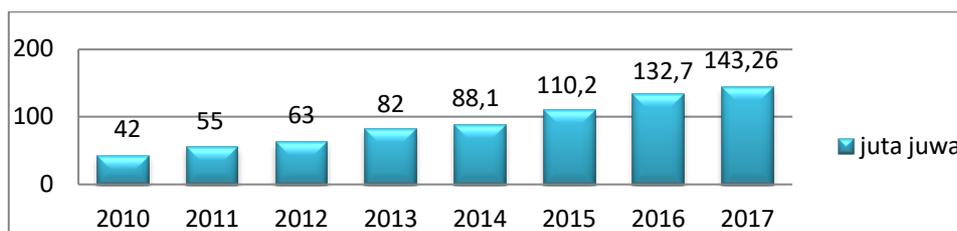
Keywords: Quality, Service, Satisfactory, Digital Banking

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam menjadikan pangsa pasar yang besar bagi perbankan syariah di Indonesia. Seiring perkembangan zaman pemahaman masyarakat mengenai bunga (interest) dan modal yang hasilnya telah ditentukan di muka (predetermined return) merupakan riba yang dilarang dalam dunia Islam telah dipahami dengan baik oleh masyarakat, dan pemahaman tersebut mengarahkan masyarakat untuk semestinya cenderung menginvestasikan dananya di perbankan syariah.

Diberlakukan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, melahirkan landasan hukum yang kuat bagi pengembangan industri perbankan syariah nasional hingga mampu untuk mendorong perkembangannya menjadi semakin pesat. Menurut Bank Indonesia, progres perkembangan perbankan syariah cukup impresif dengan pencapaian rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam priode lima tahun terakhir. Perbankan merupakan salah satu kompetitor yang sedang mengalami persaingan sengit dalam dunia perdagangan. Selain bersaing dalam menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah, perbankan juga bersaing menciptakan produk serta jasa unggulan agar mampu memuaskan nasabah dan menjadikan nasabah loyal kepada perusahaan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi serta kebiasaan dan kecenderungan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi, menjadikan perbankan memanfaatkan IT sebagai sarana dalam memikat nasabah.

Seperti yang dilansir oleh APJII (2018) dalam websitenya, sebagaimana hasil survey menunjukkan pengguna internet di Indonesia dari tahun 2010 s.d. 2017 selalu mengalami peningkatan. dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta jiwa, penetrasi pengguna internet di Indonesia tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68%. Hal ini menunjukkan peningkatan 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2016. Penetrasi pengguna internet di Indonesia dari tahun 2010 s.d. 2017 dapat kita lihat pada grafik berikut.

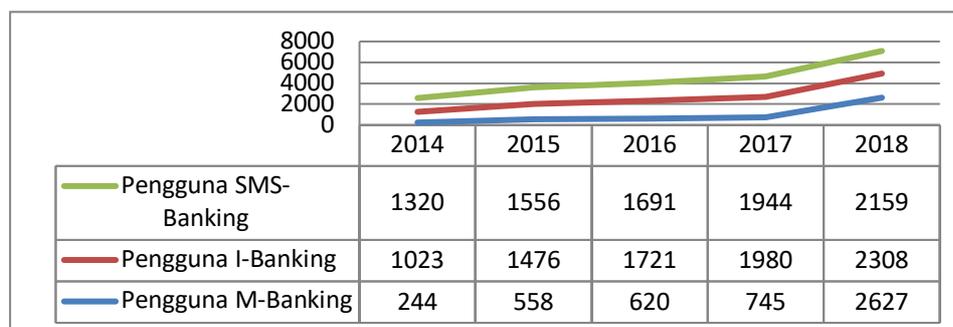


Sumber: APJII (2018)

Gambar 1
Peningkatan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Layanan perbankan digital (*digital banking*) menjadi sebuah solusi bagi perbankan dalam melakukan inovasi pelayanan nasabah. Layanan perbankan digital dapat mempermudah nasabah dalam melakukan pembukaan buku rekening, transaksi perbankan, registrasi, komunikasi, dan penutupan rekening. Layanan ini dapat diakses dengan mudah tanpa ada batasan waktu dan tempat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.

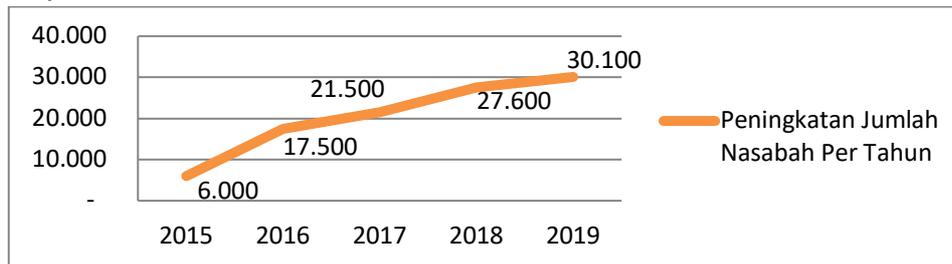
Salah satu perbankan yang berkompetisi dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk dan jasanya adalah Bank BNI Syariah. Pada tahun 2018 BNI Syariah mendapatkan penghargaan dalam acara Indonesia *Top Digital Public Relation Award (ITDPA) 2018* dengan kategori bank syariah. Dengan kata lain, BNI Syariah telah mampu untuk menciptakan dan menjaga citra positif dengan menampilkan *brand* perusahaan di media internet.



Gambar 2
Pengguna Digital Banking BNI Syariah KC Banda Aceh Dari Tahun 2014 s.d. 2018

Berdasarkan Gambar 2, menunjukkan bahwa pengguna digital banking (*M-Banking, I-Banking, dan SMS –Banking*) BNI Syariah KC Banda Aceh mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tren yang bergerak positif menandakan banyaknya permintaan akan minat menggunakan digital banking. Namun peningkatan jumlah pengguna *digital banking* tidak

sebanding dengan jumlah nasabah pada Bank BNI Syariah KC Banda Aceh. Hal ini dapat kita lihat dari Gambar 1.3 berikut:



Sumber: Data diolah (2019)

Gambar 3
Jumlah Nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh dari Tahun 2015 s.d. 2019

Gambar 3 menunjukkan pertumbuhan jumlah nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Jumlah nasabah pada tahun 2015 adalah 6.000, dan kenaikan yang signifikan terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar 11.500 nasabah, selanjutnya tahun 2017 dan 2018 mengalami kenaikan 4.000 dan 6.100. Hingga akhir Februari 2019 jumlah nasabah bertambah 2.500.

Penelitian mengenai layanan *digital banking* sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti seperti penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) yang menunjukkan bahwa *accuracy* dan *security* memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Purawati, dkk (2018) menunjukkan adanya pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan. Wardhana (2015) menyatakan *speed* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan *M-Banking*. Selanjutnya penelitian Pratama, Suyadi, dan Susilo (2014) yang menyatakan dimensi *appearance* (tampilan) memiliki pengaruh terhadap minat konsumen dan Widyadinata & Toly (2014) menyatakan bahwa kualitas informasi *website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merasa tertarik untuk membuat penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas *Digital Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bni Syariah Cabang Banda Aceh)". Penelitian ini menitikberatkan pengaruh penerapan *digital banking* yang ditinjau dari perspektif nasabah pengguna *digital banking* BNI Syariah di Aceh terhadap kepuasan nasabah tersebut. elemen kualitas *Digital Banking* yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain *website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security*.

Adapun tujuan dari tulisan ini adalah (1) Apakah kualitas desain *website*, kualitas informasi *website*, *accuracy*, *speed*, dan *security digital banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada BNI

Syariah KC Banda Aceh (2) Apakah kualitas desain *website digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh (3) Apakah kualitas informasi *website digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KC Banda Aceh (4) Apakah *accuracy* pada *digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah KC Banda Aceh (5) Apakah *speed* pada *digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah KC Banda Aceh (6) Apakah *security* pada *digital banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah KC Banda Aceh

KAJIAN PUSTAKA

Definisi Kepuasan Nasabah

Secara yuridis, nasabah diartikan sebagai pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah tidak hanya berupa masyarakat yang telah membuka buku rekening tetapi juga termasuk pihak yang tidak memiliki rekening, tetapi memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan (*walk in customer*) (Rahmawanti & Lubis, 2014). Nasabah merupakan tujuan akhir dari pemasaran produk dan jasa, karena dari nasabah lah suatu produk atau jasa dapat dinyatakan berkualitas atau tidak. Selanjutnya seorang nasabah akan menilai produk dan jasa yang telah digunakannya, dan akan menilai seberapa puas dia dalam menggunakan produk dan jasa tersebut. Kepuasan merupakan sebuah konsep yang menentukan suatu barang atau jasa dapat diterima atau tidak di dalam pasar. Kepuasan nasabah menjadi prioritas penting yang perlu diperhatikan serta sangat dibutuhkan untuk perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan.

Konsekuensi Dari Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono & Diana (2015 : 43-44) kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap nilai beli ulang, loyalitas pelanggan, perilaku komplain, dan *gethok tular positif*. Pelanggan yang puas cenderung untuk melakukan pembelian terhadap produk/jasa yang sama secara berulang, serta memiliki kemungkinan melakukan *up-buying* (membeli versi produk dengan harga lebih mahal) dan *cross-buying* (membeli produk lain yang dijual produsen atau distributor yang sama). Pelanggan yang puas juga akan cenderung loyal terhadap perusahaan, mereka akan lebih toleran terhadap kesalahan yang dilakukan perusahaan serta mereka berkemungkinan kecil untuk melakukan komplain. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung akan menjadikan konsumen bersedia untuk merekomendasikan produk atau perusahaan kepada orang lain (*gethok tular positif*). Hal ini dikarenakan pelanggan telah

merasa nyaman dengan produk ataupun perusahaan dan merekomendasikan kepada kerabatnya agar mereka bisa merasakan hal yang sama.

Definisi *Digital Banking*

Menurut OJK (2016) layanan perbankan digital merupakan kegiatan perbankan yang dapat diakses secara mandiri dengan menggunakan sarana elektronik, baik itu melalui media digital milik nasabah, calon nasabah maupun milik bank sendiri. Dengan adanya layanan perbankan digital ini dapat memudahkan calon nasabah dan nasabah untuk mendapatkan informasi, registrasi, pembukaan rekening, melakukan komunikasi, penutupan rekening, transaksi perbankan, dan termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan seperti halnya informasi mengenai nasihat keuangan (*financial advisory*), transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), investasi, dan lain sebagainya.

Jenis-Jenis *Digital Banking* pada Bank BNI Syariah

Menurut *website* BNI Syariah, Bank BNI Syariah telah menerapkan layanan *digital banking* berupa *e-banking*, wakaf hasanah, dan hasanah online.

1. *E-Banking*

E-banking merupakan layanan perbankan yang bisa diakses 24 jam oleh nasabah tanpa harus mengunjungi kantor cabang untuk melakukan transaksi perbankan. Ada beberapa macam jenis *e-banking* yaitu: ATM (*Automatic Teller Machine*), SMS Banking (*Short Message Service Banking*), *Internet Banking*, *Mobile Banking*, TapCash IB Hasanah, dan *Phone Banking*.

2. Wakaf Hasanah

Wakaf Hasanah adalah sebuah layanan perbankan digital yang memfasilitasi masyarakat yang ingin mewakafkan harta benda miliknya secara produktif untuk kepentingan umat sesuai dengan prinsip syariah. BNI Syariah saat ini telah bekerjasama dengan 19 Nazhir (pengelola wakaf) terpercaya untuk menyalurkan wakaf produktif. Adapun nazir yang bekerja sama dengan BNI syariah Adalah Yayasan Wakaf Bangun Nurani Bangsa, BMH (Baitul Maal Hidayatullah), Wakaf Bani Umar Satu Amal Sejuta Manfaat, BWI, Wakaf Daarul Tauhid, Dompot Dhuafa, Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia, Global Wakaf, Rumah Wakaf, Rumah Akat, Sinergi *Foundation*, Wakaf Al-Azhar, Wakaf Al-Qur'an, Yakesma, Universitas Airlangga Nazir Wakaf, Majelis Wakaf Darussalam, Yayasan Graha Asuh Jabal 165, YPM Wakaf Salman ITB, dan Inisiatif Wakaf.

3. Hasanah Online

Merupakan layanan pembukaan rekening secara *online* yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Layanan ini dapat meminimalisir waktu pembukaan rekening secara *face to face* dengan *customer service* (CS) karena secara tidak langsung calon nasabah telah membantu CS dalam menginput formulir pendaftaran pembukaan rekening hingga mempercepat proses pembukaan rekening. Calon nasabah hanya perlu memperlihatkan nomor registrasi pengisian formulir, dan selanjutnya CS akan memproses pembukaan rekening.

Resiko Menggunakan *Digital Banking*

Pesatnya perkembangan internet di Indonesia dapat membawakan dampak positif bagi perekonomian masyarakat. Mulai dari pemanfaatan internet untuk melakukan bisnis *online* (*e-bisnis*) hingga pemanfaatan internet untuk melakukan transaksi online atau sering disebut dengan layanan digital perbankan. Namun disisi lain, kejahatan dalam bidang internet marak terjadi hingga menjadi salah satu penghambat atau resiko yang perlu di minimalisir. Menurut Fahmi (2013) *Cyber crime* merupakan salah satu kejahatan yang terjadi di dunia maya sebagai tempat untuk mengambil keuntungan (*profit taking*). *Hacker* merupakan pihak yang sering disebut sebagai pelaku yang memanfaatkan dunia maya untuk mengambil keuntungan. Aksi *cyber* telah dilakukan beberapa kali di lingkungan instansi keuangan. Namun kejahatan dalam bidang ini sulit dibuktikan karena pelakunya bisa berada dimana saja walaupun komputer dan perangkat elektronik lainnya bisa dianggap sebagai alat bukti.

Menurut hasil penelusuran yang telah penulis lakukan, penulis menemukan beberapa kajian tulisan yang berkaitan dengan pengaruh *digital banking* terhadap kepuasan nasabah. Tulisan tersebut diantaranya adalah jurnal dengan judul *E-Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Internet Banking*. Tulisan ini menggunakan penelitian jenis kausalitas, riset kausal digunakan untuk memahami variabel independen dan variabel dependen serta menentukan sifat antara variabel independen dan pengaruh yang diperkirakan. Peneliti menggunakan variabel kepuasan (Y1) dan loyalitas (Y2) sebagai variabel dependen. Dan variabel kualitas informasi *website* (X1), kualitas interaksi *website* (X2), kualitas desain *website* (X3), kehandalan (X4), ketanggapan(X5), jaminan(X6), dan empati (X7) sebagai variabel independen. Penelitian yang dilakukan pada nasabah Commonwealth Bank Cabang Seminyak Bali ini menunjukkan bahwa secara simultan *e-service quality* (seluruh variabel X) berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan *internet banking*. Dan

kepuasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (Anggraeni & Yasa, 2012)

Selanjutnya jurnal dengan judul Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Ketepatan Waktu, dan Kerahasiaan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pengguna *E-Filing* yang ditulis oleh Yovita Widyadinata Dan Agus Arianto Toly pada tahun 2014. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner yang diberikan kepada Wajib Pajak Kota Surabaya yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Rungkut sebagai data primernya. Adapun variabel yang dipilih sebagai variabel independen adalah variabel Kualitas Sistem (X1), Kualitas Informasi (X2), Ketepatan Waktu (X3), dan Kerahasiaan (X4) serta Kepuasan (Y) sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kerahasiaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Sedangkan ketepatan waktu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Wajib Pajak Pengguna *E-Filing* yang terdaftar di KPP Pratama Surabaya Rungkut.

Kemudian tulisan jurnal dari Grace & Novander (2017). Peneliti menerapkan variabel ATM (X1) dan SMS-Banking (X2) sebagai variabel independen dan kepuasan (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian verifikatif dengan metode analisis Regresi Linier Berganda. Data dikumpulkan menggunakan teknik observasi, wawancara, kepustakaan, dan kuisisioner. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang menggunakan skala Likert dan dibagikan kepada nasabah PT. BRI Cab. Palu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial adanya pengaruh peningkatan kualitas ATM BRI dan BRI SMS Banking terhadap kepuasan nasabah. serta variabel ATM BRI memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cab. Palu.

Tulisan selanjutnya adalah jurnal terbitan tahun 2017 yang ditulis oleh Syamsul Rizal dan Munawir dengan judul Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank BCA Cabang Banda Aceh pengguna M-Banking. Data dianalisis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan regresi linear berganda sebagai alat ukur. Kuesioner dibagikan kepada responden dengan menggunakan metode Convenience Sampling sebagai penarikan sampel. Penulis menetapkan variabel tingkat kepuasan (Y) sebagai variabel dependen serta variabel Keandalan (X1), Keresposifan (X2), Jaminan (X3), Empati (X4), dan Bukti fisik (X5) sebagai variabel independen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel keandalan, keresponsifan, keyakinan, empati dan variabel berwujud secara partial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan M-Banking pada Bank BCA Cabang Banda Aceh.

Sari (2015) juga melakukan penelitian mengenai Kepuasan Nasabah terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode analisis regresi berganda yang sampelnya diambil dengan menerapkan teknik nonprobability sampling dengan jenis incidental sampling dan menggunakan rumus Bernoulli. Data primernya berupa kuesioner yang di isi oleh nasabah pengguna BRI Mobile di daerah Palangkaraya. Penulis menetapkan variabel *trust* (X1), *accuracy* (X2), *speed* (X3), dan *security* (X4) sebagai variabel independen (variabel bebas) dan kepuasan (Y) sebagai variabel dependen. Adapun hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *trust* dan *speed* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel *accuracy* secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan. Secara parsial kualitas layanan *security* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. dan secara simultan variabel *trust*, *accuracy*, *speed*, dan *security* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kerangka Pemikiran

Kerangka/rerangka pemikiran merupakan gambar atau pun bagan yang digunakan untuk menjelaskan konsep teori agar lebih mudah dipahami. Kerangka pemikiran menggambarkan riset secara keseluruhan (Kurniawan, 2014).

a. Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Kepuasan

Dalam menggunakan aplikasi *digital banking*, kualitas desain *website* diduga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Perbankan harus mampu men-desain *website* digital-nya semenarik mungkin agar nasabah tertarik menggunakan aplikasi tersebut. Jika nasabah lebih tertarik menggunakan *digital banking* dari pada melakukan transaksi langsung di perbankan maka hal ini akan mengurangi jumlah antrian di kantor perbankan yang kemudian akan berdampak pada efisiensi waktu dan kepuasan nasabah itu sendiri. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Pratama, Suyadi, dan Susilo (2014) bahwasanya dimensi *appearance* (tampilan) memberikan kesan yang baik kepada para pengunjung hingga mampu untuk menunjang minat konsumen menggunakan produk.

b. Pengaruh Kualitas Informasi Website Terhadap Kepuasan

Selanjutnya, kualitas informasi *website* juga diduga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Sebuah *website digital banking* harus dilengkapi dengan informasi yang jelas, akurat dan *up date*.

Informasi cara mengaplikasikan *digital banking* sangat diperlukan nasabah agar tidak adanya kesalahan dalam melakukan kegiatan transaksi atau lain sebagainya. Sebagaimana penelitian Widyadinata & Toly (2014) yang menyatakan bahwa kualitas informasi *website* pada sistem *e-filing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wajib pajak pengguna *e-filing*. Hal ini berarti, jika kualitas informasi *website* pada sistem *e-filing* ditingkatkan maka kepuasan pengguna *e-filing* juga akan ikut meningkat.

c. Pengaruh Accuracy Terhadap Kepuasan

Perbankan merupakan perusahaan yang sistem kerjanya berhubungan erat dengan keakuratan pencatatan transaksi keuangan. Hingga *accuracy* menjadi salah satu pertimbangan bagi nasabah dalam menentukan untuk menggunakan atau tidaknya sebuah produk atau aplikasi. Karena hal itu, *accuracy* diperkirakan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) yang menyatakan bahwa *accuracy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan BRI *Mobile* dengan besaran pengaruhnya yaitu 18,8% yang artinya setiap kenaikan *accuracy* satu satuan akan diikuti dengan kenaikan kepuasana nasabah sebesar 18,8%.

d. Pengaruh Speed Terhadap Kepuasan

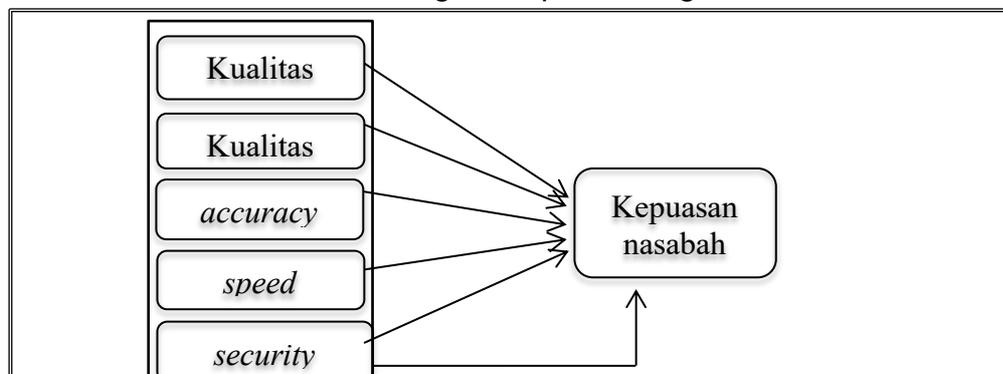
Dalam kesehariannya nasabah menginginkan waktu yang efisien dalam melakukan kegiatan, sehingga semakin mudah dan cepat daya akses yang ditawarkan perbankan maka akan memperbesar kemungkinan nasabah merasa puas akan layanan *digital banking* yang ditawarkan. Oleh karena itu, *speed* diperkirakan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Wardhana (2015) yang menyatakan bahwa *speed* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan M-Banking.

e. Pengaruh Security Terhadap Kepuasan

Salah satu faktor yang diperkirakan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah *security*. Dengan adanya keamanan yang ketat dan berlapis dari pihak perbankan dalam mengakses *digital banking* akan menjadikan nasabah yakin dan nyaman dalam melakukan transaksi menggunakan layanan digital banking yang pada akhirnya akan terciptanya rasa puas pada nasabah. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Sari (2015) yang menyatakan bahwa *security* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan BRI *Mobile* dengan besar pengaruhnya jika dilihat dari uji regresi linier berganda yaitu sebesar 24,9% yang artinya setiap

kenaikan security satu satuan akan diikuti dengan kenaikan kepuasan nasabah sebesar 24,9%.

Adapun hubungan dari masing-masing variabel penelitian ini dapat dijadikan dalam bentuk skema kerangka berpikir sebagai berikut.



Sumber: Data Diolah (2019)

Gambar 4
Kerangka Pemikiran

Pengembangan hipotesis

- H1 = Kualitas desain website, kualitas informasi website, trust, accuracy, speed, security secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H2= Desain website berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H3 = Kualitas informasi website berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking pada BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H4 = Accuracy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking di BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H5 = Speed berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking di BNI Syariah KC Banda Aceh.
- H6 = Security berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna digital banking di BNI Syariah KC Banda Aceh.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengkaji hubungan digital banking terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh yang beralamat di Jl.Tgk.H.M. Daud Beureueh No.28 Kel. Laksana, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh. populasi yang akan diambil adalah seluruh nasabah BNI Syariah Cabang Banda Aceh dari tahun 2015 s.d Februari 2019 yaitu sebanyak 30.100 nasabah. Karena banyaknya populasi yang terdapat dalam penelitian

ini, maka diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling (Non-Random Sampel) dengan menerapkan teknik purposive sampling dalam penelitiannya. Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tiap anggota populasinya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, dan purposive sampling adalah sampel yang diambil secara kebetulan, cukup dengan meninjau tempat peristiwa yang diteliti dan mewawancarai orang-orang yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh penulis (Suliyanto,2009). Adapun kriteria nasabah yang penulis tentukan adalah: laki-laki atau wanita, Usia ≥ 18 tahun, memiliki pendapatan dan pernah dan atau sedang memakai digital banking (baik berupa ATM, SMS-Banking, I-Banking, M-Banking, hasanah online, dan atau wakaf online).

Selanjutnya, sampel ditentukan dengan menggunakan rumus solven. Berdasarkan hasil perhitungan, besar sampel yang ditetapkan pada penelitian ini adalah sejumlah 100 orang. Teknik analisi yang digunakan untuk mengolah dan membahas data serta menguji hipotesis pada penelitian ini adalah dengan analisis regresi berganda. Sedangkan untuk menilai tanggapan konsumen mengenai indikator, maka penulis menggunakan skala likert sebagai teknik pengskalaan sebagai berikut : Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS), Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS), Skor 3 untuk jawaban Ragu-Ragu (RR), skor 4 untuk jawaban setuju (S), dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS). Analisis regresi linear berganda menggunakan persamaan regresi berganda sebagai berikut : (Sugiyono, 2014)

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan taraf kepercayaan 90 % atau dengan nilai $\alpha = 0,1$. Adapun hasil dari uji f dapat dilihat dalam Tabel 1 tersebut.

Tabel 1
Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.352	5	6.270	44.168	.000a
	Residual	13.345	94	.142		
	Total	44.697	99			

Sumber : data primer diolah (2019)

Berdasarkan hasil dari uji simultan menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas desain website, kualitas informasi website, accuracy, speed, dan security) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Uji Parsial (Uji T)

Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Kepuasan Nasabah

T hitung pada variabel kualitas desain website adalah sebesar 1,328 dan t tabel sebesar 1,661. sehingga thitung lebih kecil dari ttabel ($1,197 < 1,661$), hingga dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel kualitas desain website (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

Pengaruh Kualitas Informasi Website Terhadap Kepuasan Nasabah

T hitung pada variabel Kualitas Informasi Website adalah sebesar 0,749 dan t tabel sebesar 1,661, sehingga didapatkannya t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,749 < 1,661$). Maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel kualitas Informasi website (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

Pengaruh Accuracy Terhadap Kepuasan Nasabah

T hitung pada variabel Accuracy adalah sebesar 3.623 dan t tabel sebesar 1,661, sehingga didapatkannya t hitung lebih besar dari t tabel ($3,623 > 1,661$). Maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Accuracy (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Pengaruh Speed Terhadap Kepuasan Nasabah

T hitung pada variabel speed adalah sebesar 4,187 dan t tabel sebesar 1,661, sehingga didapatkannya t hitung lebih besar dari t tabel ($4,187 > 1,661$). Maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti adanya pengaruh yang signifikan antara variabel speed (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Pengaruh Security Terhadap Kepuasan Nasabah

T hitung pada variabel security adalah sebesar 1,777 dan t tabel sebesar 1,661, sehingga didapatkannya t hitung lebih besar dari t tabel ($1,777 > 1,661$). Maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti adanya pengaruh signifikan antara variabel security terhadap kepuasan nasabah.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 2
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838a	.701	.686	.376786

Sumber : data primer diolah (2019)

Hasil uji koefisien determinasi menyatakan bahwa variabel independen (kualitas desain website, kualitas informasi website, accuracy, speed, dan security) berpengaruh pada kepuasan nasabah sebesar 70,1%, sedangkan sisanya 29,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh kualitas desain website terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 3. dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas desain website berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital banking ditolak. Secara parsial, kualitas desain website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti tidak ada kecenderungan nasabah untuk merasa puas dengan desain website digital banking BNI syariah saat ini. Namun, desain website memiliki arah yang positif terhadap kepuasan, yang jika kualitas desain ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Sari (2014) yang menyatakan bahwa faktor kualitas desain cenderung diabaikan atau tidak menjadi penyebab utama pelanggan dalam memperoleh kepuasan dalam berbelanja secara online di Spoonfork Shop.

Pengaruh Kualitas Informasi Website Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh kualitas informasi website terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 3. dengan demikian hipotesis yang menyatakan kualitas informasi website berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital banking ditolak. Secara parsial, kualitas informasi website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti tidak ada kecenderungan nasabah untuk merasa puas dengan informasi website digital banking saat ini. Namun, informasi website memiliki arah yang positif terhadap kepuasan, yang jika

kualitas desain ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Sanjaya (2012) yang menyatakan bahwa kualitas informasi dinilai tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website. Pengelola diharuskan untuk senantiasa meningkatkan kualitas konten website. Mengingat tugas dari KOMINFO adalah sebagai wadah informasi resmi pemerintah.

Pengaruh accuracy Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa adanya pengaruh accuracy terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 3. dengan demikian hipotesis yang menyatakan accuracy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital banking diterima. Secara parsial, accuracy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti, semakin akurat informasi yang disajikan dalam digital banking oleh pihak perbankan maka secara positif akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital banking. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2015) yang menyatakan bahwa, accuracy berpengaruh pada kepuasan nasabah pengguna layanan BRI mobile. serta penelitian yang dilakukan oleh Zunaidi, Waluyo, dan Agustini (2011) yang menyatakan variabel akurasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemakai sistem informasi.

Pengaruh speed Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa adanya pengaruh speed terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 3. dengan demikian hipotesis yang menyatakan speed berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital banking diterima. Secara parsial, speed berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berarti, semakin bagus kecepatan dari layanan digital banking yang ditawarkan oleh perbankan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Wardhana (2015) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel speed terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan M-Banking.

Pengaruh security Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya menjelaskan bahwa adanya pengaruh security terhadap kepuasan nasabah sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 3. dengan demikian hipotesis yang

menyatakan security berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital banking diterima. Secara parsial, Security berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari (2015) yang menyatakan bahwa, security berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan BRI mobile. dan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhana (2015) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel security terhadap kepuasan nasabah yang menggunakan layanan M-Banking.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji analisis yang sudah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Secara simultan variabel kualitas desain website, kualitas informasi website, accuracy, speed, dan security berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
2. Secara parsial kualitas desain website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
3. Secara parsial Kualitas informasi website tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
4. Secara parsial bahwa variabel Accuracy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
5. Secara parsial variabel Speed berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.
6. Secara parsial Security berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah KC Banda Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2018). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Dipetik Januari 10, 2019, dari Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia: <http://www.apjii.or.id>
- Bank Indonesia. *Perbankan Syariah*. Dipetik Oktober 31, 2018, dari Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/contents/default.asp>
x
- BNI Syariah. Beranda. Dipetik Febuari , 2019, dari www.bnisyariah.co.id/id.id/
- Fahmi, I. (2013). *Kewirausahaan : Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- OJK. (2016). *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch oleh Bank Umum*. Dipetik November 15, 2018, dari www.ojk.go.id

- Pratama, D. R., Suyadi. I., Susilo. H. (2014). *Persepsi User Terhadap Desain Website E-Commerce (Studi Pada Pengguna Website JKM Store)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol. 9 No.1
- Rahmawanti, I. N., & Lubis, R. (2014). *Win-Win Solution Sengketa Konsumen*. Yogyakarta: Medpress.
- Sanjaya, Iman. (2012). *Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian KOMINFO Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0*. Jurnal Penelitian UPTEK-KOM. Vol. 14, No. 1
- Sari, N. R.S.N & Budhy, A. (2014). *Internet Marketing Dan Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmiah Universitas Sebelas Maret
- Sari, Rahma Novita (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Bri Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Palangkaraya, Kalimantan Tengah*. Jurnal E-Proceeding Of Management, Vol.2, No.1
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pelanggan Puas? Tak Cukup!* Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Widyadinata, Yovita & Toly, Agus Arianto (2014). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Ketepatan Waktu, Dan Kerahasiaan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pengguna E-Filing*. Jurnal Tax & Accounting Review, Vol. 4, No.1
- Wardhana, A. (2015). *pengaruh kualitas layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia*. DeReMa Jurnal Manajemen, 10, 2.
- Zunaidi, M., Waluyo, D. E., & Agustini, D. (2011). *Analisis Pengaruh Akurasi, Ketepatan Waktu Dan Relevansi Informasi Terhadap Kepuasan Pemakai Sistem Informasi Atemis On Web Di PT. Telkom MSC Area IV Jawa Tengah Dan DIY*. Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan.