

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN DAN PENGETAHUAN
INFORMASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM BERTRANSAKSI
MENGUNAKAN WEBFORM BSI**

(Studi Kasus BSI KCP Demak)

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Alvi Shafira Khoiri Nuriya

NIM 1905036047

S1 Perbankan Syariah

S1 PERBANKAN SYARI'AH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Alvi Shafira Khoiri Nuriya

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Alvi Shafira Khoiri Nuriya

NIM : 1905036047

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kegunaan Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Kepuasan Masyarakat Bertransaksi Menggunakan Webform BSI (Studi Kasus BSI KCP Demak)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Warno, S.E., M.Si.
NIP.198307212015031002

Semarang, 3 April 2023

Pembimbing II

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Alvi Shafira Khoiri Nuriya
NIM : 1905036047
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI (Studi Kasus BSI KCP Demak)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal:

17 Mei 2023

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 25 Mei 2023

Ketua Sidang

Prof. Dr. H. Mujitono, MA
NIP.19860718201190310007

Sekretaris Sidang

Ana Zahrotun Nihayah, MA.
NIP. 198907082019032018

Penguji I

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag
NIP.196908301994032003



Penguji II

Septiana Na'afi, MSi.
NIP. 198909242019032018

Pembimbing I

Warno, S.E., M.Si
NIP. 19683072120150311002

Pembimbing II

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018

MOTTO

“Kita Tidak Akan Memiliki Kondisi Yang Lebih Baik Di Masa Depan, Jika Kita Puas
Dengan Semua Yang Kita Miliki Saat Ini”

-Thomas Edison-

كَيْفَ مُخَفَّفًا

“GIVE A CHARGE ALEEVED”

“Beri Bebas Yang Meringankan”

-Prof. Mujiyono Abdillah, MA.-

PERSEMBAHAN

Sebagai tanda bukti dan terima kasih, dengan segala kerendahan hati, saya mempersembahkan hasil karya sederhana yang berupa skripsi ini kepada:

1. Orang tua yang saya sayangi dan saya cintai, Ayah saya Imam Chairul Lakum dan Ibu saya Iin Nurhidayati yang merestui dan meridhoi saya dalam melanjutkan studi sarjana ini, selalu memberikan nasehat saran dan dukungan dalam apa yang saya pilih di kehidupan ini, semoga Allah SWT selau senantiasa memberikan ayah dan ibu Kesehatan, Panjang umur, dimudahkan segala urusannya, dan senantiasa Allah memperlancar segala urusan.
Aamin
2. Adik saya Fatth Muhammad Khoiri Nur (Alm) yang semasa hidupnya selalu memberikan dukungan kepada saya, membantu saya ketika saya dalam kesusahan dan selalu memberikan hal-hal positif kepada saya, semoga Adik di terima disisiNya.

DEKLARASI

DEKLARASI

Penulis Menyatakan Dengan Tanggung Jawab Dan Kejujuran Bahwa Skripsi Ini Tidak Mengandung Materi yang Penuh Ditulis Pihak Lain Atau Diterbitkan. Demikian Skripsi Ini Tidak Berisi Pemikiran Orang Lain Kecuali Informasi yang Diberikan yang Terdapat Dalam Materi Refrensi yang Dijadikan Bahan Acuan

Semarang, 13 April 2023



Alvi Shafira Khoiri Nuriya

NIM 1905036047

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti kali ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI. Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Demak dengan melihat kepuasan nasabah saat melakukan transaksi menggunakan Webform BSI, hasil yang ditemukan dilapangan saat peneliti melakukan prariset dengan menyebarkan kuesioner kepada 43 nasabah, yang menunjukkan bahwa 70% nasabah merasa tidak puas dengan adanya layanan transaksi menggunakan Webform BSI dan 30% merasa puas dengan adanya layanan transaksi menggunakan Webform BSI.

Metode penelitian yang diambil adalah penelitian kuantitatif, dan sumber data yang diambil data primer dengan penyebaran angket kuesioner secara langsung oleh nasabah BSI KCP Demak dengan kriteria bahwa nasabah tersebut pernah melakukan tranaksi menggunakan Webform BSI. Populasi di BSI KCP Demak berjumlah 32.000 nasabah dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrument (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolineritas dan uji heteroskedastisitas) analisis koefisien determinasi, analisis linier berganda dan uji hipotesis (uji t dan uji f).

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh negatif terhadap tingkat kepuasan nasabah, yang dilihat dari nilai t hitung sebesar $-0,871 < t \text{ table } 1,988$ dan nilai signifikansi $0,817 > 0,05$. Dan variabel persepsi kegunaan dan pengetahuan infomasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan, dengan nilai t hitung dari persepsi kegunaan sebesar $5,683 > t \text{ table } 1,988$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung pengetahuan informasi sebesar $5,932 > t \text{ table } 1,988$ dan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$.

Kata kunci: Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Pengetahuan Informasi

ABSTRACT

The research conducted by the researcher this time aims to determine whether there is an Influence of Perceived Usability, Convenience and Knowledge of Information on Customer Satisfaction in Transacting Using BSI Webform. This research was conducted at BSI KCP Demak by looking at customer satisfaction when making transactions using BSI Webform, the results found in the field when researchers conducted pre-research by distributing questionnaires to 43 customers, which showed that 70% of customers were dissatisfied with transaction services using BSI Webform and 30% were satisfied with transaction services using BSI Webform.

The research method taken is quantitative research, and the source of data is primary data by distributing questionnaire questionnaires directly by BSI KCP Demak customers with the criteria that the customer has made a transaction using the BSI Webform. The population at BSI KCP Demak amounted to 32,000 customers and the sample taken was 100 respondents. The data analysis methods used in this study are instrument tests (validity tests and reliability tests), classical assumption tests (normality tests, multicholinerity tests and heteroscedasticity tests), determination coefficient analysis, multiple linear analysis and hypothesis tests (t test and f test).

This study shows that the convenience variable has a negative influence on the level of customer satisfaction, which is seen from the calculated t value of $-0.871 < t \text{ table } 1.988$ and the significance value of $0.817 > 0.05$. And the variables of perception of usefulness and knowledge of information have a positive influence on satisfaction, with a calculated t value of usability perception of $5.683 > t \text{ table of } 1.988$ and a significance value of $0.00 < 0.05$ and a calculated t value of information knowledge of $5.932 > t \text{ table of } 1.988$ and a significance value of $0.00 < 0.05$.

Keywords: Perception of Usefulness, Ease, Knowledge of Information

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah Ha yang kursial didalam skripsi, sebab pada umumnya banyak istilah dari arab, nama orang, judul buku, nama Lembaga dan lain sebagainya. Yang pada aslinya ditulis dengan alfabet arab wajib disalin kedalam alfabet latin. Guna menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu panduan transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonanan.

ع = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal.

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong.

اَي = ay

اَو = aw

D. Syahadah

Tasydid dialambangkan dengan konsonan ganda misalmya, الطب al-thibb

E. Kata Sandang. (...ال)

Katasandang (...ال) ditulis dengan *al..* . misalnya الصناعة = al-shina'ah. Al-
ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat

F. Ta, Marbuthoh.

Setiap *ta marbuthah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعية = al-ma'isyah al-
thabi'iyah

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, yang maha pengasih dan penyayang. Shalawat dan salam dapat dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW setiap saat. Akhirnya dengan rahmat dan pertolongan Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI (Studi Kasus BSI KCP Demak)" sebagai salah satu syarat kelulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki banyak kekurangan, namun dengan bantuan, bimbingan dan dukungan berupa moralitas dan isi dari sumber lainnya, akhirnya karya ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Prof. Dr. H Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yunianingrum, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah dan Ibu Myassarah, M.S, selaku Sekjur Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Warno, SE., M.Si selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing memberikan saran, arahan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi
5. Ibu Anna Zahrotun Nihayah, M.A, selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan saran dan memberikan bantuan dalam proses penulisan skripsi.
6. Ibu Cita Sary Dja'akum,AMd., SHI, MEI, selaku Dosen Wali yang telah membimbing dalam proses perkuliahan dari MABA sampai saat ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan yang sangat bermanfaat.
8. Seluruh staff dan karyawan UIN Walisongo Semarang, Khususnya staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam pembuatan administrasi untuk keperluan skripsi.

9. Orang tua, Ayah saya Imam Chairul Lakum dan Ibu Iin Nurhidayati yang telah membesarkan dan mendoakan dengan tulus dan ikhlas untuk kesuksesan anaknya.
10. Alm. Adek tersayang Fath Muhammad Khoiri Nur yang semasa hidupnya selalu memberikan support dan dukungan kepada saya
11. Alvin Rahmat yang selalu memberikan dukungan serta bantuan dalam penyusunan karya ilmiah ini, hingga penulisan karya ilmiah ini berjalan dengan lancar
12. Na Jaemin yang memberikan motivasi dalam hidup saya untuk bangkit dan terus semangat dalam penyelesaian karya ilmiah ini
13. Teman-teman saya Rahma, Yuyun, Lala, Rika, Eva, Rara, Icdha dan teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, yang sudah memberikan support dan dukungan kepada saya dalam pembuatan skripsi ini.

Terima kasih banyak, atas nama penulis. Semoga Allah SWT membalas segala bantuan yang diberikan kepada penulis. Penulis sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun dari segi kepenulisannya.

Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk skripsi selanjutnya. Akhir kata, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

Semarang, 13 April 2023

Alvi Shafira Khoiri Nuriya

DAFTAR ISI

MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Kajian Teoritis.....	8
2.1.1. <i>Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	8
2.1.1.1. Definisi Kepuasan.....	8
2.1.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	8
2.1.2.1 Indikator Kepuasan.....	9
2.1.2.1 Kepuasan Masyarakat dalam Prespektif Islam.....	10
2.1.2. Persepsi Kegunaan.....	11
2.1.2.1 Definisi Persepsi.....	11
2.1.2.2 Definisi Kegunaan.....	12
2.1.2.3 Definisi Persepsi Kegunaan.....	12
2.1.2.4 Indikator Persepsi Kegunaan.....	12
2.1.3. Kemudahan.....	12
2.1.2.5 Definisi Kemudahan.....	12
2.1.2.6 Indikator Kemudahan.....	13
2.1.4. Pengertian Pengetahuan Informasi.....	14
2.1.4.1 Definisi Pengetahuan.....	14

2.1.4.2	Definisi Informasi	14
2.1.4.3	Definisi Pengetahuan Informasi.....	15
2.1.4.4	Indikator Pengetahuan Informasi.....	15
2.2	Pengertian Transaksi.....	15
2.2.1	Transaksi dalam Islam	16
2.2.2	Sumber Hukum Transaksi dalam Islam	16
2.3	Webform BSI.....	17
2.3.1	Manfaat Webform BSI.....	19
2.4	Bank Syariah Indonesia	20
2.5	Penelitian Terdahulu.....	21
2.6	Kerangka Pemikiran	28
2.7	Hipotesis Penelitian	28
2.7.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Kepuasan	28
2.7.2	Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan.....	29
2.7.3	Pengaruh Pengetahuan Informasi terhadap Kepuasan	29
BAB III.....		31
METODE PENELITIAN		31
3.1	Jenis Penelitian	31
3.2	Sumber Data	31
3.3	Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	32
3.4	Metode Pengumpulan Data	33
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.5.1	Variabel Penelitian.....	34
3.5.1.1	Variabel Bebas (<i>Independet</i>).....	34
3.5.1.2	Variabel Terikat (<i>Dependen</i>)	35
3.6	Definisi Operasional	35
3.7	Teknik Analisis Data	37
3.7.1	Uji Instrumen	38
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.3	Uji Hipotesis	41
3.7.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	42
BAB IV		44
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		44

4.1	Gambar Umum Objek Penelitian	44
4.2	Gambaran Umum Responden.....	45
4.2.1	Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	45
4.2.2	Deskripsi Responden Menurut Usia	45
4.3	Hasil Analisis Data	46
4.3.1	Uji Validitas Data	46
4.3.2	Uji Reliabilitas	47
4.4	Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1	Uji Normalitas.....	48
4.4.2	Uji Multikolinieritas.....	49
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	49
4.5	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.6	Uji Hipotesis	51
4.6.1	Uji Persial T	52
4.6.2	Uji F	53
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.7	Pembahasan	54
4.7.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI	54
4.7.2	Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI	54
4.7.3	Pengaruh Pengetahuan Informasi Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI	56
BAB V.....		57
PENUTUPAN		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Transaksi Layanan BSI KCP Demak	2
Table 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Table 3.1 Skala Likert skor 1-5	34
Table 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
Table 4.1 Responden Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Responden Usia.....	45
Table 4.3 Hasil Uji Validitas.....	46
Table 4.3 Uji Reabilitas.....	47
Tabel 4.5.....	49
Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas (glejser).....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4.8 Uji Persial T	52
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	53
Table 4.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Presentasi Hasil Prasurvei Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Webform BSI	3
--	---

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini di era globalisasi begitu berpengaruh dengan pesatnya perubahan dunia bisnis. Perubahan tersebut bertujuan untuk kelanjutan dalam berbisnis agar tetap berkembang dan tentunya dapat meningkatkan kualitas bisnis usaha.¹ Perkembangan teknologi yang semakin maju menjadikan persaingan ekonomi yang semakin pesat. Termasuk halnya saat ini perekonomian dunia dalam bidang keuangan menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting. Di era globalisasi ini, teknologi masih erat kaitannya dengan internet.² Perkembangan teknologi memicu perkembangan internet dari tahun ke tahun, salah satunya di Indonesia.

Jumlah pengguna internet di Indonesia berkembang pesat setiap tahunnya.³ Hal ini karena kemudahan Internet, yang dapat digunakan di mana saja dan oleh siapa saja. Bahkan, hampir semua lapisan masyarakat bisa menikmati teknologi ini sepenuhnya. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, perbankan perlu meningkatkan layanannya dengan mengadopsi layanan perbankan digital.⁴ Layanan perbankan digital ini adalah akses digital ke internet kapan saja dan di mana saja untuk meminimalkan interaksi langsung dengan pegawai bank. Tujuannya adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kegiatan operasional dan kualitas layanan pelanggan.

Sesuai dengan hal yang terjadi, perbankan perlu adanya prospek untuk mengembangkan strategi bisnis yang melalui pelayanan digital dengan memperhatikan rasa nyaman, aman yang berkaitan dengan memberikan layanan informasi mengenai cara pendaftaran, pembukaan tabungan, proses transaksi dan tutup tabungan. Sehingga dengan adanya perbankan digital dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi dan membuka tabungan secara mandiri.⁵

Saat ini, mekanisme operasional Bank Syariah Indonesia yang terus berkembang dengan, perkembangan teknologi menjadi salah satu alternatif yang membawa keuntungan bagi nasabah. Namun dengan berkembangnya zaman sekarang, tidak dipungkiri banyak juga masalah yang

¹ Meilana Widyarningsih , Fadila Rameyza Z S , Arisa Dwi *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo)* 2022, hal 2

² Sudarsri Lestari *PERAN TEKNOLOGI DALAM PENDIDIKAN DI ERA GLOBALISASI* 2018, hal 3

³ Yoannisa Fitriani Suhayati, Azri Nur Maulina, Widwi Handari Adji *"Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah"* Politeknik Piksi Ganesha Bandung 2022, hal 1682

⁴ *Ibid*, Hal 1628

⁵ Perbankan, Ojk 2016, hal 1, di akses 8 Februari 2023 [Perbankan \(ojk.go.id\)](http://Perbankan.ojk.go.id)

muncul. Hal ini dikarenakan adanya persaingan yang mengakibatkan banyak lembaga keuangan berlomba-lomba menawarkan layanan yang beragam dan menarik.

Tabel 1.1
Jumlah Transaksi Layanan BSI KCP Demak

No	Tahun 2021	Jumlah	Tahun 2022	Jumlah
1.	-	-	Januari	1269
2.	-	-	Februari	945
3.	-	-	Maret	1244
4.	-	-	April	1081
5.	Mei	717	Mei	989
6.	Juni	1010	Juni	1217
7.	Juli	886	Juli	1265
8.	Agustus	882	Agustus	1246
9.	September	1179	September	1150
10.	Oktober	1099	Oktober	1100
11.	November	1182	November	1043
12.	Desember	1283	Desember	1034

Sumber: Wawancara dengan Bapak Yenni Agung selaku BOSM BSI KCP Demak, 19 Januari 2022.⁶

Dapat dilihat dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa layanan transaksi BSI KCP Demak setiap bulan mengalami kenaikan, yang awalnya layanan BSI menggunakan slip jika melakukan setoran tunai, tarik tunai dan transfer. Kini di awal tahun 2022 tepat di 2 Februari 2022 BSI meluncurkan layanan terbaru digital yaitu webform BSI yang terdapat layanan setor tunai, trik tunai dan transfer, Webform BSI dapat diakses nasabah dimana saja. Upaya tersebut dilakukan agar perusahaan mampu bersaing dan bertahan di tengah banyaknya persaingan, dan webform ini upaya BSI untuk memudahkan nasabah.

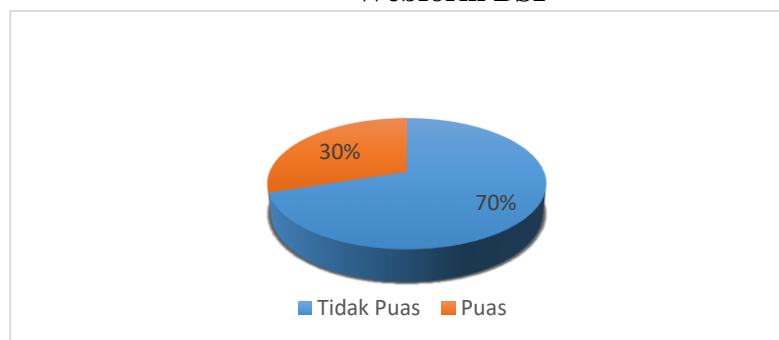
PT Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah merupakan salah satu industri perbankan syariah. Setelah dilakukannya penggabungan antara tiga bank yaitu BRI syariah, BNI syariah dan Mandiri syariah yang menjadi satu yaitu Bank Syariah Indonesia yang menghadirkan layanan lebih lengkap serta jangkauan lebih luas.⁷ Sudah satu tahun BSI KCP Demak Sultan Fattah menyediakan webform sebagai fasilitas yang dibuat oleh BSI untuk para nasabahnya. Setelah di merger BSI memperlihatkan peningkatan digital pada operasional sistem, diantaranya memutuskan kebijakan untuk para nasabahnya yaitu jika ingin melakukan transaksi offline diupayakan mendaftarkan jenis transaksinya menggunakan webform BSI.

⁶ Wawancara dengan Bapak Yenni Agung selaku BOSM BSI KCP Demak, 19 Januari 2022

⁷ Penggabungan Tiga Bank Syariah Himbara Peroleh Izin dari OJK, Persiapan Integrasi Menuju Bank Syariah Indonesia Kian Matang - Berita dan Economic & Market Insight | Bank Syariah Indonesia (bankbsi.co.id) diakses 30 Januari 2022 jam 20:13 WIB

Sehingga ketika datang, tinggal ambil nomor antriannya. Fungsi yang termasuk dalam formulir BSI online adalah buku besar dan transaksi, dengan transaksi meliputi pembayaran tunai, tarik tunai, pemindahan buku, transfer SKN dan transfer RTGS. Pelaksanaan form online di BSI KCP Demak dilakukan oleh security yang menginformasikan jika form sudah diisi secara online dan menggunakan tab-tab yang tersedia yang didukung oleh information security. Saat melakukan transaksi cukup memasukkan nomor yang sudah tertera pada Webform BSI. Formulir Webform BSI membuatnya mudah digunakan dan dapat digunakan di mana saja. Di dalamnya terdapat fungsi-fungsi aplikasi yang mendukung aktivitas sehari-hari. Semakin tinggi kualitas informasi yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap hal-hal yang terjadi di Webform BSI.

Gambar 1.2
Presentasi Hasil Prasurvei Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan Webform BSI



Sumber: Wawancara kepada nasabah BSI.⁸

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan prasurvei secara langsung yang dilakukan di BSI KCP Demak, dengan menyebarkan kuesioner secara langsung terhadap 43 nasabah BSI KCP Demak. Peneliti melakukan prasurvei di BSI KCP Demak terhadap kepuasan dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI, karena Webform BSI termasuk layanan digital terbaru, dan tentunya masih banyak kesalahan yang terjadi, dari hasil prasurvei tersebut membuktikan bahwa 70% nasabah BSI tidak puas adanya layanan transaksi menggunakan webform, sedangkan 30% merasa puas. Dengan adanya prasurvei ini peneliti memandang ketidakpuasan nasabah bertansaksi menggunakan webform BSI karena ada beberapa faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan, diantaranya terdapat sinyal jaringan yang kurang stabil sehingga saat pengisian terputus ditengah jalan, dan menyebabkan pengisian ulang dari awal, link webform yang diberikan tidak tepat dan akurat sehingga membingungkan nasabah (jika pengisian webform menggunakan ponsel pribadi), menurut nasabah yang sudah cukup umur layanan webform ini termasuk ribet (tidak praktis) dan susah dalam mengoprasikannya. Dan nasabah yang merasa puas dalam layanan webform

⁸ Wawancara kepada nasabah BSI KCP Demak tanggal 12 Januari 2023

dikarenakan merasa terbantu, adanya kemudahan dalam bertransaksi dan terdapat fitur yang mendukung untuk kebutuhan sehari-hari.

Kepuasan pelanggan adalah harapan dan perasaan saat membeli suatu produk atau jasa, yang berarti kinerja yang diharapkan oleh pelanggan akan terpenuhi. Harapan dan realita tersebut menentukan kepuasan nasabah yang ditawarkan bank, yang berdampak sangat besar terhadap pertumbuhan pendapatan bank dan retensi nasabah.⁹ Kepuasan juga dapat ditentukan dengan membandingkan harapan pelanggan dengan apa yang mereka terima. Jika hasilnya lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan puas. Begitu pula sebaliknya, pelanggan tidak puas jika kurang dari yang diharapkan.

Persepsi Kegunaan adalah keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan sistem tersebut akan meningkatkan efisiensinya. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi berguna bagi mereka, mereka akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi tidak cukup berguna atau efektif, mereka tidak akan menggunakannya.¹⁰ Kegunaan juga berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna dengan menggunakan suatu sistem maka kinerja semakin meningkat. Kemudahan dapat menunjukkan kepada pengguna bahwa menggunakan teknologi informasi itu mudah dan tidak menjadi beban bagi yang menginginkannya.¹¹ Kemudahan juga didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tidak membutuhkan banyak usaha.

Pengetahuan adalah tanggapan indrawi individu atau hasil dari seseorang mengetahui suatu objek melalui panca inderanya, seperti: Hidung, mata, telinga dan lain-lain. Faktor yang mempengaruhi pengetahuan manusia juga dipengaruhi oleh media atau informasi, pendidikan, sosial budaya dan ekonomi, lingkungan, pengalaman dan usia. Pengetahuan informasi juga bisa melalui pengalaman diri sendiri dan melakukan riset terhadap informasi yang didapatkan, dan harus bisa memilih informasi yang baik.¹² Dengan demikian, pertumbuhan produk dan layanan yang ditawarkan perbankan Indonesia serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terus dikembangkan, sehingga transaksi dan layanan perbankan dapat diselesaikan secara cepat dan aman. Banyak layanan digital yang digunakan untuk bertransaksi seperti B. Digital Banking, Online Banking, Online Services, Auto Banking dan beberapa lainnya.

⁹ Yoannisa Fitriana Suhayati, Azri Nur Maulina, Widwi Handari Adji "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah" Politeknik Piksi Ganesha Bandung 2022, hal 1683

¹⁰ Meilana Widyaningsih, Fadila Rameyza Z S, Arisa Dwi Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo) 2022, hal 5

¹¹ *Ibid*, hal 5

¹² Kadir, Abdul. *Pengenal Sistem Informasi Edisi Revisi*. Penerbit Andi, 2014

Dari beberapa variabel yang akan peneliti gunakan untuk penelitian kali ini, pada penelitian sebelumnya masih terdapat reasech gap antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian terdahulu memberikan bukti terkait faktor persepsi kegunaan, kemudahan dan pengetahuan informasi terhadap kepuasan. Seperti halnya penelitian mengenai persepsi kegunaan terhadap kepuasan menurut Mustasab Arung Prajoko, Irhas Effendi dan Dyah Sugandini (2022) dengan judul Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kualitas Informasi Terhadap E Kepuasan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Penggunaan MarketPlace Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan secara parsial dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap e-kepuasan. Menurut M. Adjie Pangestu MT dan I Made Sukresna (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Nilai dan Persepsi kegunaan Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intrvening (Studi Pada Penggunaan Dompot Digital e-wallt OVO di Kota Semarang), menyimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction*). Hasil penelitian yang terkait dengan kemudahan menurut Marini (2022) Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Dana Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Masyarakat Kota Palembang), dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Nandya Eka Sari dan Tedy Oswari (2020) dengan judul Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tokopedia, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kemudahan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang terkait dengan pengetahuan informasi yang dilakukan oleh Arisa Dwi R (2022) dengan judul Pengaruh Kemudahan Pengguna dan Pengetahuan Informasi Terhadap Kepuasan Dalam Penggunaan BSI Mobile (Studi Kasus BSI KC Surabaya) Pengetahuan Informasi secara parsial dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile.

Meskipun beberapa penelitian sudah dilakukan dan menunjukkan hasil terkait permasalahan kepuasan, namun terdapat celah seperti dalam penelitian Darmeinsi dan Yeni (2022) dengan judul Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto, terkait variabel kemudahan yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Menurut Nila Erina (2021) dengan judul Pengaruh Kemudahan akses, Kenyamanan dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk), dapat disimpulkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Menurut Fendy Maradita (2021) dengan judul Pengaruh Persepsi Nilai dan Persepsi Kegunaan Terhadap

Kepuasan Pengguna Travel di Kabupaten Sumbawa, menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan tiak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Berdasarkan latar belakang dan resech gep diatas bahwa penelitian ini berfokus pada kepuasan nasabah BSI KCP Demak saat melakukan transaksi, karena saat ini transaksi menggunakan Webform BSI setelah adanya pengalihan dari slip transaksi. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN DAN PENGETAHUAN INFORMASI TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DALAM BERTRANSAKSI WEBFORM BSI (Studi Kasus BSI KCP Demak)**"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh presepsi kegunaan terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan webform BSI di BSI KCP Demak?
2. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan webform BSI di BSI KCP Demak?
3. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan informasi terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan webform BSI di BSI KCP Demak?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian permasalahan diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui presepsi kegunaan terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan webform BSI KCP Demak
2. Untuk mengetahui kemudahan terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan webform BSI KCP Demak
3. Untuk mengetahui pengetahuan informasi terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan webform BSI KCP Demak

1.4 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat sebagai berikut:

a. Keuntungan teoretis

1. Bagi mahasiswa yang fokus pada perbankan syariah dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian dan pengetahuan lebih lanjut terkait produk perbankan syariah.

2. Kepada masyarakat untuk mendapatkan informasi kinerja perbankan syariah dalam pengembangan produk perbankan syariah.
 3. Bagi peneliti untuk menambah pengetahuan tentang perbankan syariah.
- b. Manfaat Praktis
1. Bagi perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja perbankan syariah
 2. Kepada Pemerintah sebagai informasi terkait metode yang digunakan untuk mengukur efektivitas perbankan syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah dan pertanyaan yang melatarbelakangi penelitian untuk mengangkat judul penelitian, bagian kedua membahas inti masalah yang akan diteliti, rumusan masalah mengikuti dari latar belakang. Bagian ketiga mengkaji tujuan dan manfaat penelitian, serta hasil yang diharapkan dari penulis penelitian saat ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori-teori pada pertanyaan penelitian utama seperti pengaruh bentuk Webform BSI, perbankan syariah, pengukuran keberhasilan, penjelasan penelitian sebelumnya, kerangka kondisi dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup metode yang digunakan dalam penelitian, jenis dan sumber penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan penelitian tentang dampak pemahaman transaksi BSI Webform. Selain itu, bab ini juga membahas kepuasan pelanggan terhadap BSI Webform berdasarkan analisis data uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang ditarik dari keseluruhan penelitian dan proses penulisan untuk menjawab permasalahan yang telah diuraikan. Ini termasuk keterbatasan penulisan dan kemungkinan penelitian lebih lanjut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teoritis

2.1.1. *Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan)

2.1.1.1. Definisi Kepuasan

Satisfaction atau kepuasan pelanggan berasal dari Bahasa latin *satis* (cukup) dan *france* (melakukan atau membuat). Kepuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi yang dirasakan perbedaan antara harapan sebelum dan kinerja sebenarnya dari produk dirasakan setelah dikonsumsi.¹³ Kepuasan dapat diartikan dengan upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Pada dasarnya kepuasan yaitu sesuatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang dikonsumsi.

Kepuasan, menurut Brown, adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari suatu produk atau jasa konsisten dengan, atau dipenuhi oleh, penampilan produk atau jasa tersebut. Konsumen yang puas dengan apa yang mereka terima mendorong loyalitas terhadap produk atau jasa dan suka mempromosikan produk atau jasa dari mulut ke mulut.¹⁴ Semakin tinggi kualitas produk dan jasa maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan dan tentunya keuntungan yang dapat dihasilkan bagi perusahaan.

Fungsi manajemen yang paling mementingkan kepuasan pelanggan adalah fungsi pemasaran. Perhatian pemasaran konsumen meningkat dari waktu ke waktu, karena berkaitan langsung dengan masalah kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Semakin banyak produsen yang peduli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan pemikiran bahwa persaingan semakin ketat akhir-akhir ini, sehingga kepuasan konsumen harus menjadi tujuan utama dalam perusahaan.

2.1.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Lupiyoadi yang dikutip Nina Indah Febriyana.¹⁵ Terdapat 3 faktor utama harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasaan, antara lain sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk

¹³ Prof. J. Supranto, M.A., APU. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: untuk menaikkan pangsa pasar*, 2006, hal 33

¹⁴ Saputra, S., & Sudarsa, R. Y. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment*. Jurnal Bisnis Dan Pemasaran

¹⁵ Nina Indah Febriyana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung", An Nisbah, Vol.03, No.1, 2016

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kualitas produk yang digunakan memuaskan pelanggan. Konsumen menuntut produk yang berkualitas dengan segala pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan produk tersebut.¹⁶ Dalam hal ini, konsumen berpikir untuk memberikan nilai tambah pada produk yang berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Ketika datang ke layanan kualitas layanan, pelanggan puas ketika mereka menerima layanan yang baik atau seperti yang diharapkan.¹⁷ Pelanggan yang puas menunjukkan kemungkinan untuk membeli kembali produk yang sama. Gambaran produk perusahaan memuaskan pelanggan.

3) Emosional

Pelanggan merasa nyaman dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan menyukainya ketika menggunakan produk merek tertentu yang cenderung lebih bahagia. Kepuasan tidak dapat dicapai dengan kualitas produk, tetapi dengan nilai-nilai sosial yang membuat pelanggan senang dengan merek tertentu.

Harga dan Biaya Lupiyoad dikutip Nina Indah Febriya mengatakan bahwa "Produk dengan kualitas yang sama tetapi dengan harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan mereka". Teori berikutnya menyatakan bahwa "pelanggan tidak perlu membayar biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.¹⁸ Mereka umumnya puas dengan produk atau jasa tersebut untuk mendapatkan informasi dari pemasar dan pesaing.

2.1.2.1 Indikator Kepuasan

Ukuran kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan setelah produk atau jasa yang diterima dibandingkan dengan yang diharapkan. Ketika pelanggan puas dengan nilai yang diberikan produk atau layanan, mereka biasanya menjadi pelanggan setia jangka panjang. Menurut Irwani (2008), beberapa hal mempengaruhi indikator loyalitas pelanggan, misalnya.¹⁹

1) *Re-Purchase* (Pembelian Ulang)

¹⁶ Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal, 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Hal i. Universitas Diponegoro. Semarang

¹⁷ Sudarsono Hardjosoekarto, dkk, 1998. *Strategi Pelayanan Prima*, Jakarta : LAN

¹⁸ Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

¹⁹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Press,2014), hlm. 66

Pembelian kembali adalah sesuatu yang dilakukan seseorang ketika mereka senang dengan apa yang mereka harapkan, sehingga mereka membeli secara teratur.

2) Menciptakan *Word of Mouth*

Word of mouth terjadi ketika seseorang telah terlibat dalam suatu produk atau aktivitas dengan tujuan untuk mendiskusikan produk tersebut dengan orang lain atau orang disekitarnya. Dan jika seseorang puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan, mereka menceritakannya kepada orang lain dan dapat memperkenalkan pelanggan baru kepada perusahaan.

3) Harapan

Harapan ini dilakukan oleh seseorang untuk mewakili kepercayaan terhadap produk atau jasa yang digunakan dan seseorang memiliki harapan yang besar dalam menggunakan produk bekas tersebut. Pemenuhan yang diharapkan setelah pembelian produk, yaitu. kualitas produk atau layanan sesuai dengan keinginan pelanggan setelah pembelian produk.

4) Cita-cita

Seseorang mewujudkan cita-cita untuk mendapatkan produk yang diinginkan, untuk mencapai cita-citanya seseorang harus berusaha untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

5) Menciptakan keputusan bertransaksi di perusahaan yang sama

Keputusan ini dibuat oleh seseorang yang merasa puas setelah ingin terpenuhi, sehingga seseorang melakukan transaksi berulang di perusahaan yang sama.

2.1.2.1 Kepuasan Masyarakat dalam Prespektif Islam

Kepuasan dikenal masalah dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi harus halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat *israf* (pemborosan) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.²⁰

²⁰ Rivai, V. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara. 2012 hal 15

Terkait dengan kepuasan masyarakat, interaksi antara penjual dan pembeli adalah membangun hubungan yang baik dengan orang lain. Allah berfirman bahwa Al-Qur'an Surat Ali Imran Ayat 159 memerintahkan para pedagang untuk berlaku lembut kepada pembeli.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.²¹

2.1.2 Persepsi Kegunaan

2.1.2.1 Definisi Persepsi

Secara etimologi persepsi berasal dari kata latin *perceptio*, dari kata *percipere* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberi makna pada rangsangan sensorik.²² Persepsi adalah proses memahami atau memberikan informasi dalam suatu stimulus. Stimulus tersebut berasal dari proses identifikasi objek, kejadian atau hubungan antar gejala, yang kemudian diproses oleh otak.²³ Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan pengalaman dari suatu objek atau peristiwa yang dialami.

Persepsi ini didefinisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (pengindraan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri.²⁴ Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk kedalam otak. Di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman.²⁵

²¹ Bakry, Oemar. 1984. *Al-Qur'an dan Terjemah Rahmat*. Jakarta: Penerbit Abdullah bin Affif & Cp

²² Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal 50

²³ Sumanto, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hal 52

²⁴ Abdul Rahman Saleh, *Psikologi: Sesuatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal 110

²⁵ Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), hal 86

2.1.2.2 Definisi Kegunaan

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), usability sering disebut dengan utilitas atau fungsi. Apa saja atau apa saja yang memiliki fungsi tersendiri, misalnya uang dalam bisnis yang memiliki kegunaan untuk persediaan. Selain itu, kegunaan juga dapat menjelaskan berfungsinya masalah lain yang lebih besar, seperti memiliki kepala negara yang tugasnya mengatur negara. Dalam publikasi Tando et al. (2017) oleh Venkatesh, persepsi kegunaan juga dapat diartikan sebagai keramahan pengguna situs web, yang menyatakan betapa mudah dan efektifnya interaksi penggunaan dengan situs web.²⁶

2.1.2.3 Definisi Persepsi Kegunaan

Persepsi Kegunaan adalah manfaat yang dihasilkan dari penggunaan sebuah sistem adalah meningkatkan produktivitas pengguna. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa sebuah sistem informasi berguna bagi mereka, mereka akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi tidak cukup berguna atau efektif, mereka tidak akan menggunakannya.²⁷

2.1.2.4 Indikator Persepsi Kegunaan

Indikator persepsi kegunaan dideskripsikan melalui 5 elemen menurut Ali (2020) yang dijelaskan sebagai indikator variabel persepsi kegunaan²⁸ yaitu:

- 1) Menjadikan pekerjaan lebih mudah. Seseorang akan merasa terbantu ketika pekerjaannya menjadi lebih mudah
- 2) Berguna (*useful*). Sesuatu yang berguna dan bermanfaat akan membuat pekerjaan menjadi lebih mudah.
- 3) Mempertinggi efektivitas. Pekerjaan akan lebih efektif dengan menggunakan waktu yang sebaik-baiknya
- 4) Mengembangkan kinerja pekerjaan. Dengan adanya kemajuan digital, maka akan mempermudah pekerjaan yang ada

2.1.3. Kemudahan

2.1.2.5 Definisi Kemudahan

Davis dan Jogiyanto menggambarkan kemudahan penggunaan yang dirasakan sebagai sejauh mana seseorang percaya menggunakan teknologi itu mudah. Kemudahan penggunaan suatu

²⁶ Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta

²⁷ Meilana Widyaningsih, Fadila Rameyza Z S, Arisa Dwi Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo) 2022, hal 6

²⁸ *Ibid*, hal 6

sistem informasi adalah seberapa yakin seseorang dalam menggunakannya, Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, dia akan menggunakannya..²⁹

Dapat dilihat bahwa pengertian kemudahan adalah kepercayaan seseorang atau individu terhadap suatu sistem teknologi informasi, bahwa dengan menggunakan sistem tersebut akan meringankan atau menghindari masalah dan bahwa orang tersebut akan menggunakannya apabila sistem tersebut mudah untuk digunakan.³⁰ Ditemukan bahwa kemudahan atau kegunaan adalah cara untuk mengetahui sejauh mana pengguna tertentu dapat menggunakan produk untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif dan pengguna lebih senang menggunakan produk tersebut.

Dalam Al-Quran surah Al-A'raf ayat 89

رَبَّنَا افْتَحْ بَيْنَنَا وَبَيْنَ قَوْمِنَا بِالْحَقِّ وَأَنْتَ خَيْرُ الْفَاتِحِينَ

Artinya:“Ya Tuhan kami, berilah keputusan antara kami dan kaum kami dengan hak (adil) dan Engkaulah Pemberi keputusan yang sebaik-baiknya”.

2.1.2.6 Indikator Kemudahan

Menurut Venkatesh dan Davis, keempat elemen tersebut membentuk pembagian kemudahan.³¹ Dan kemudian menjadi indikator yang dapat mempengaruhi beberapa hal yaitu:

- 1) Mudah untuk dipahami (*clear and understandable*). Menggunakan sistem dapat menguntungkan bagi pengguna, ketika suatu sistem tersebut membantu dengan jelas agar lebih mudah
- 2) Tidak membutuhkan banyak usaha (*does not require a lot of mental effort*). Ketika seseorang menggunakan suatu system, maka seseorang tersebut akan merasa mudah dan tidak membutuhkan banyak usaha untuk menjalankan suatu sistem tersebut.
- 3) Mudah untuk digunakan. Ketika menggunakan atau mengaplikasikan suatu sistem seseorang akan merasa lebih mudah dalam pengoprasikannya dengan sesuai apa yang diinginkan.
- 4) Fleksibel. Dengan kemajuan teknologi, seseorang ketika menggunakan suatu sistem maka akan merasa fleksibel dalam pengerjaannya.

²⁹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan.....*, hlm. 152

³⁰ Lestari, S. 2019. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Bertransaksi Online Melalui Aplikasi Shopee Terhadap Minat Pembelian Ulang*. eJurnal Administrasi Bisnis. 7(1): 262-275.

³¹ Ermawati, Nanik, and Zamrud Mirah Delima. 2016. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem.” *Jurnal Akuntansi Indonesia* 5 (2): 163–74.

2.1.4 Pengertian Pengetahuan Informasi

2.1.4.1 Definisi Pengetahuan

Pengetahuan identik dengan rasa ingin tahu seseorang terhadap informasi. Dalam KBBI ilmu bisa diartikan sebagai segala ilmu (*dia punya ~ di bidang teknologi*) atau segala sesuatu yang diketahui tentang benda (mata pelajaran) (*diajarkan ~ menjahit*). Menurut ahli Notoatmodjo, pengetahuan tercipta ketika orang mempersepsikan objek tertentu. Persepsi terjadi ketika orang menggunakan panca indera manusia, yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan sentuhan. Informasi terbanyak yang kita dapatkan dari indra ini adalah melalui mata dan telinga kita.³²

Pengetahuan juga dapat diartikan sebagai informasi atau informasi yang diketahui atau dipahami seseorang. Dalam arti lain, pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan dirasakan orang melalui pengamatan. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan pikirannya untuk mengenali objek atau peristiwa tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya.

Pengetahuan datang dalam berbagai bentuk, termasuk informasi yang murni faktual, seperti di buku atau di layar komputer, dan informasi yang digabungkan dengan pemahaman dan tindakan yang tertanam kuat dalam pikiran manusia.³³ Secara umum, pengetahuan memiliki kemampuan untuk memprediksi apa yang mungkin terjadi akibat pengenalan pola. Dimana pengetahuan dan informasi hanya memiliki kemampuan untuk menginformasikan atau bahkan membingungkan, pengetahuan memiliki kemampuan untuk membimbing tindakan orang.

2.1.4.2 Definisi Informasi

Secara etimologis, informasi berasal dari kata Perancis *informacion*, yang berarti konsep, ide atau garis besar. Meskipun secara umum pengertian informasi dapat diartikan sebagai sekumpulan informasi atau fakta yang bermanfaat bagi penerimanya. Biasanya informasi tersebut diolah terlebih dahulu agar penerima dapat dengan mudah memahami informasi yang diberikan. Menurut ahli George H. Bodnar (2000:1) Pengertian informasi adalah informasi yang diolah sedemikian rupa sehingga dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang tepat.³⁴

Informasi juga dapat diartikan sebagai informasi, pernyataan, gagasan dan tanda yang dapat mengandung nilai, makna, pesan faktual dan penjelasan visual, terdengar dan terbaca,

³² Murtadha Muthahhari *Teori Pengetahuan Catatan Kritis Atas Berbagai Isu Eptimologis*, hlm. 123

³³ Wuryanta, AG Eka Wenats. (2014). *Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1 No 2, 131 – 142

³⁴ Effendi, E. dan Lukito, G. 2018. *Studi Kasus Sistem Informasi Manajemen: Volume 2*. Seribu Bintang. Malang.

disajikan dalam kemasan dan format yang berbeda sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.³⁵ Seseorang membutuhkan informasi untuk menambah wawasan, memperbaharui informasi, dan juga sebagai bahan opini. Informasi dapat ditemukan dalam berbagai format, baik di media cetak maupun online. Namun, saat memilah dan memilih informasi, Anda perlu lebih berhati-hati karena banyak informasi palsu atau berita bohong yang beredar di masyarakat saat ini.

2.1.4.3 Definisi Pengetahuan Informasi

Pemahaman atau kognisi adalah kualitas yang sangat penting yang mempengaruhi pemikiran seseorang. Menurut analisis dan penelitian, perilaku yang didasari oleh pengetahuan dan pengalaman cenderung bertahan lebih lama dibandingkan dengan yang tidak. Ada beberapa langkah sebelum seseorang mengadopsi pembelajaran baru, antara lain: Kesadaran (awareness), minat (pengalaman rasa ingin tahu), evaluasi (perbandingan atau pertimbangan), percobaan (mencoba melakukan sesuatu), dan pada akhirnya adaptasi (perilaku yang baru terhadap pengetahuan) Yuniati & Prihatno.³⁶ Informasi berasal dari media sosial, surat kabar atau pesan dari orang lain.

2.1.4.4 Indikator Pengetahuan Informasi

Menurut Teguh, Hendra. (2000) ada 4 elemen, yang akan menjadi indikator pengetahuan informasi.³⁷ Terdiri dari:

- 1) Pengetahuan tentang Memahami ciri-ciri atau atribut produk atau jasa. Sebelum menggunakan produk apa pun, seseorang harus memahami karakteristik, kualitas, atau atribut produk, layanan, atau barang lain yang akan digunakan.
- 2) Pengetahuan tentang manfaat produk atau jasa. Mengetahui dengan jelas apa manfaat produk atau jasa yang akan digunakan
- 3) Pengetahuan tentang informasi yang diberikan. Maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang, maka seseorang itu harus paham dengan potensi untuk menindak lanjuti informasi tersebut.
- 4) Pengetahuan tentang pelayanan. Pelayanan apa saja yang diberikan oleh perusahaan harus diketahui oleh masyarakat.

2.2 Pengertian Transaksi

Sadar atau tidak sadar dalam kehidupan sehari-hari manusia pasti melakukan transaksi. Sejak awal keberadaan manusia, transaksi adalah salah satu kegiatan guna untuk memenuhi

³⁵ Sutabri, T. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. CV Andi Offset. Yogyakarta.

³⁶ Sutabri, Tata. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta : Andi Offset).online 18-april-2017.

³⁷ Sutabri, Tata. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta : Andi Offset).online 18-april-2017.

kehidupan sehari-hari. Transaksi adalah perjanjian antara dua belah pihak atau lebih yang menimbulkan hak dan kewajiban, misalnya jual beli, dan sewa menyewa (*transaction*).³⁸ dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) transaksi adalah wujud persetujuan jual beli antara pihak pembeli dan penjual pada kegiatan perdagangan. Benruk kesepakatan tersebut dapat berupa saing bertukar barang, jasa atau aset keuangan.

2.2.1 Transaksi dalam Islam

Pengertian *muamalah* dari segi bahasa dari kata “*aamala, yuamilu, muamalat*” yang berarti perlakuan atau tindakan terhadap orang lain. Pengertian *muamalah* dari segi istilah dapat diartikan dengan arti yang luas dan dapat pula dengan arti yang sempit.³⁹ Menurut Louis Ma'luf, pengertian *muamalah* adalah hukum-hukum syara yang berkaitan dengan urusan dunia, dan kehidupan manusia, seperti jual beli, perdagangan, dan lain sebagainya.⁴⁰ Sedangkan dalam arti yang sempit adalah pengertian *muamalah* yaitu semua transaksi atau perjanjian yang dilakukan oleh manusia dalam hal tukar menukar manfaat. Dari berbagai pengertian *muamalah* tersebut, dipahami bahwa *muamalah* adalah segala peraturan yang mengatur hubungan antara sesama manusia, baik yang seagama maupun tidak seagama, antara manusia dengan kehidupannya, dan antara manusia dengan alam sekitarnya.⁴¹

2.2.2 Sumber Hukum Transaksi dalam Islam

Sumber hukum transaksi dalam Islam adalah Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma' dan Qiyas. Berikut ini ada beberapa panduan yang dijelaskan dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah:

1) Al-Qur'an

Al-Qur'an menyatakan bahwa suatu transaksi sah apabila masing-masing pihak yang melakukan transaksi harus memenuhi kewajiban yang terkait dengan akibat dari transaksi tersebut. Misalnya dalam transaksi jual beli, pembeli harus membayar harga yang telah disepakati, sedangkan penjual harus menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli.

³⁸ Buku Pintar *Ekonomi Syariah*. Ahmad Ifham Sholihin

³⁹ Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Arab- Indonesia* (Cet. XIV; Surabaya: Pustaka Progressif, 1997).

⁴⁰ Louis Ma'luf, *al-Munjid fi al-Lughat* (Cet. XXI; Dar al-Masyruq, Beirut: 1973).

⁴¹ Minhajuddin, *Fiqh tentang Muamalah Masa Kini* (Ujungpandang: Fakultas Syariah IAIN Alauddin, 1989).

Dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 1 dijelaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ ٱلْأَنْعَامِ ۖ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ ۗ غَيْرَ مُحِلِّي ٱلصَّيْدِ
وَٱنتُمْ حُرْمٌ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ يَحْكُمُ
مَا يُرِيدُ

Arinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang di kehendaki-Nya”.⁴²

2) As-Sunnah

Petunjuk yang diberikan oleh Rasulullah SAW tentang apa saja yang dibolehkan dan apa saja yang dilarang menurut hadist beliau yang artinya: Dari Nu'man bin Basyri, ia berkata Rasulullah SAW bersabda: “ segala sesuatu yang halal dan haram itu sudah jelas, diantaranya keduanya terdapat hal-hal yang samar dan tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Barang siapa yang meninggalkan apa-apa yang menyerupai (mendekati) dosa, maka ia berarti telah meninggalkan yang haram. Tetapi barang siapa mengikuti hal-hal yang meragukan yang cenderung ke dosa, maka ia sebenarnya telah terjerumus pada yang haram. Semua dosa adalah ladang (larangan) Allah, barang siapa yang melangkah kakinya disepular lading (larangan). Tersebut, dikhawatirkan ia akan duduk diladang itu. (H.R. Bukhori).⁴³

2.3 Webform BSI

Webform adalah istilah yang terdiri dari kata formulir web. Istilah formulir web adalah dokumen yang berisi formulir dan blanko yang dapat diisi oleh pengguna dengan informasi dalam bentuk media online. Bahkan, saat ini banyak orang mengandalkan alat digital seperti ponsel dan komputer. Menggunakan formulir online dapat memecahkan banyak masalah seperti, bagaimana sesuatu bekerja dan bagaimana proses dilewati.⁴⁴ Webform BSI juga dapat memfasilitasi

⁴² Bakry, Oemar. 1984. *Al-Qur'an dan Terjemah Rahmat*. Jakarta: Penerbit Abdullah bin Affif & Cp.

⁴³ Biro Perbankan Syariah, Bank Indonesia. 2013. *Pedoman Akutansi Perbankan Syariah Indonesia (PAPSI)*. Jakarta.

⁴⁴ Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). *Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(6), 1669–1681.

penggunaan tanpa diskriminasi berdasarkan jenis ponsel atau komputer yang digunakan dan tidak perlu menggunakan perangkat lunak apa pun untuk membuka dan menggunakan formulir .

BSI Webform adalah layanan formulir online yang dapat dicari di Google. Diperkenalkan sehubungan dengan merger Bank Syariah Indonesia, bentuk Webform BSI menghadirkan layanan digital untuk konsumsi media elektronik masa kini. Webform BSI ini tidak perlu diunduh dari Google Play Store atau App Store, cukup klik link yang tersedia.

Terdapat banyak fasilitas yang disediakan untuk bertransaksi melalui webform BSI, dan dapat diakses melalui <https://webform.bankbsi.co.id/index.php>.⁴⁵ Dalam web tersebut terdapat dua



layanan yang disediakan yaitu



⁴⁵ Website BSI <https://webform.bankbsi.co.id/index.php> diakses pada 10 Januari 2023 jam 12.30

Webform BSI tentunya memiliki keunggulan, kelemahan dan kendala. Keunggulan yang terdapat di webform BSI yaitu

- 1) Dapat mempercepat transaksi
- 2) Dapat diakses siapa saja
- 3) Dapat diakses dimana saja serta
- 4) Dapat mengefisiensi waktu penggunaan⁴⁶

Kelemahan webform BSI yaitu tidak semua nasabah BSI bisa menggunakan webform BSI, akan tetapi tidak perlu khawatir karena staff BSI akan membantu dalam pengaksesan webform BSI dan juga terdapat tab untuk mengaksesnya. Kendala yang terdapat saat menggunakan webform BSI yaitu, nasabah belum memahami dalam mengakses webform BSI.⁴⁷

Akad yang digunakan pada Webform BSI adalah *wadhiah yad-dhamana* (yang dimana nasabah menitipkan dananya kepada pihak Bank) dan *Mudharabah Muthlaqah* (yang dimana nasabah bertindak sebagai pemilik dana dan Bank sebagai pengelola dana)

2.3.1 Manfaat Webform BSI

Penggunaan media elektronik semakin meningkat, sehingga banyak perusahaan berlomba-lomba mengembangkan metode baru, dan perbankan juga meluncurkan berbagai layanan digital baru untuk melindungi nasabah dari virus yang berkembang pesat saat ini. Manfaat Webform BSI tercantum di bawah ini.⁴⁸

- 1) Memeriksa sendiri kelengkapannya

Formulir web atau digital dapat memeriksa sendiri untuk memastikan tidak ada data yang kosong, dan jenis informasi yang dimasukkan sudah benar dan teliti.

- 2) Konfirmasi Pengiriman

Formulir web atau digital memiliki e-mail konfirmasi pengiriman yang dapat mengetahui setiap pengiriman lembar formulir.

⁴⁶ Rizky Nanda Setiawan *PEMANFAATAN WEBFORM UNTUK TRANSAKSI DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU AMBARUKMO* Universitas Islam Indonesia Tahun 2022

⁴⁷ Suhayati, Y. F, Maulina, A N dan Adji, W H *Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah (2022) hal 6

⁴⁸<https://www.bing.com/search?q=layanan+yang+ada+di+webform+bsi&cvid=0b61112c21a747f2884ce6cd4ed04e6c&aqs=edge..69i57j0l3.5847j0j1&pglt=2083&FORM=ANNTA1&PC=U531#> diakses pada 31 Januari 2023 jam 11:39

3) Penyimpanan otomatis dan analisis data

Dengan komposisi yang tepat, formulir web bisa disimpan langsung dalam database.

- 4) Dapat melakukan transaksi seperti transfer antar bank maupun sesama bank, kemudian dapat melakukan setor tunai atau menabung hanya dengan mengisi formulir pada laman webform.
- 5) Dapat membuka rekening secara online dengan begitu nasabah hanya tinggal mengambil buku tabungan dan kartu di bank terdekat.

2.4 Bank Syariah Indonesia

Perbankan umumnya dikenal sebagai lembaga keuangan yang berkomitmen untuk mengambil simpanan dan meminjamkan dana. Dalam UU No. 10 Tahun 1998 RI tanggal 10 November 1998, bank dalam perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan, pinjaman atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.⁴⁹ Tujuan utama lembaga keuangan adalah untuk merangsang perekonomian dan meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan mentransfer dana dari penabung ke peminjam. Masyarakat yang memiliki kelebihan dana dapat menyimpan atau menginvestasikan uangnya di bank. Aspek keamanan dan kemudahan transaksi pembayaran menjadi alasan umum untuk berinvestasi di bank.⁵⁰

Menurut pasal 1 UU No. 21 Tahun 2008, bank adalah pengusaha yang menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lain untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.⁵¹ Sedangkan Bank Syariah atau Bank Islam adalah badan usaha yang bertugas menghimpun dana dan menyalurkannya kepada masyarakat, dengan sistem dan mekanisme berbisnis berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits Islam. Hal ini juga tidak terlepas dari kemampuan Bank untuk menyediakan staf yang handal sehingga melengkapi sistem teknologi informasi.⁵²

⁴⁹ Bphn.go.id. (1998). Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Lembaran Negara Republik Indonesia, 182.

⁵⁰ Ana Zahrotun Nihayah dan Lathif Hanafir Rifqi, *Kontribusi Perbankan Syariah terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19*, Jurnal Ecodemica 2022, hal 186

⁵¹ Bunga Nur Isnda Sari, " *Perbandingan Pelayanan Langung Dan Pelayanan Digital Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah*, 6.1 (2018). h 17-18

⁵² Mhd Asaad, *Untuk Pembiayaan Usaha Pertanian*, *Peningkatan Peranan Perbankan Syariah*, 34, 2011, 113–27

Bank syariah berperan sebagai lembaga intermediasi surplus dan defisit masyarakat karena prinsip syariah.⁵³ Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan bank syariah dan badan usaha syariah, termasuk lembaga, perusahaan serta metode dan proses berdasarkan prinsip syariah dalam usahanya menurut jenisnya, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Keuangan Umum Syariah (BPRS). Bank Syariah Indonesia resmi lahir pada 1 Februari 2021. Ir Joko Widodo langsung membuka bank syariah terbesar di Indonesia di Istana Negara. BSI merupakan kerjasama tiga bank PT syariah di Indonesia, antara lain BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan resmi memberikan izin merger kepada tiga entitas Bank Syariah pada 27 Januari 2021.⁵⁴

Penggabungan ini menggabungkan kekuatan dari ketiga bank syariah dan menawarkan pelanggannya layanan yang lebih komprehensif dan basis modal yang lebih besar. Pengurus berkomitmen untuk membantu Bank Syariah Indonesia sukses di pasar global. BSI merupakan inisiatif untuk mewujudkan bank syariah yang akan dicintai dan dikagumi oleh masyarakat. Bank ini membantu meningkatkan perekonomian dan meningkatkan taraf hidup seluruh anggota masyarakat. BSI berpeluang untuk berkembang dan menjadi bagian dari grup perbankan syariah terkemuka di dunia.⁵⁵ Selain pertumbuhan positif, iklim kondusif yang diterapkan pemerintah Indonesia untuk menciptakan ekosistem industri halal dan Bank Syariah Nasional yang besar dan kuat juga dapat membuka fakta bahwa Indonesia adalah negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. . Dalam konteks ini, keberadaan BSI menjadi sangat penting, karena tidak hanya berperan penting dalam mendorong kegiatan ekonomi ekosistem industri halal, tetapi juga berusaha memenuhi keinginan negara.

2.5 Penelitian Terdahulu

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian

⁵³ Anna Zahrotun Nihayah dan Lathif Hanafir Rifqi, *PANDEMI COVID-19 IMPLIKASI BAGI PEMBIAYAAN BANK SYARIAH DI INDONESIA*, Jurnal Ekonometrika 2021, hal 168

⁵⁴ Bank Syariah Indonesia, *Sejarah Persero – Bank Syariah Indonesia 2021*

⁵⁵ Mhd Asaad, *Untuk Pembiayaan Usaha Pertanian*, *Peningkatan Peranan Perbankan Syariah*, 34, 2011, 113–27

1.	Yonnisa Fitriana Suhayanti, Azri Nur Maulina dan Widwi Handari Adji (2022)	Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah	Pemahaman (X1) Kepuasan (Y)	Variabel Pemahaman Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KCP Bandung Ujungberung 1 menunjukkan adanya dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah
2.	Mutasab Arung Prajoko, Irhas Effendi, Dyah Sugandini (2022)	Pengaruh Presepsi Kegunaan, Kualitas Informasi, Terhadap E-Kepuasan dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Marketplace Tokopedia di Yogyakarta	Presepsi Kegunaan (X1) Kualitas Informasi (X2) Kepuasan (Y)	Variabel presepsi kegunaan berdasarkan hasil uji hipotesis hubungan antara Persepsi kegunaan dengan E-Kepuasan, diperoleh hasil bahwa Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-Kepuasan. Hubungan antara Kualitas informasi dengan E-Kepuasan, diperoleh hasil bahwa Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap E-kepuasan
3.	Chusnah, Khairunnisa Tri Indriana (2020)	Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintach	Kemudahan (X1) Keamanan (X2) Kepuasan (Y)	Berdasarkan nilai koefisien kemudahan adalah variabel independen yang signifikan yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka hipotesis ini berarti bahwa kemudahan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

				koefisien kemudahan adalah variabel independen yang signifikan yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Maka hipotesis ini berarti bahwa keamanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4.	Nandya Eka Sari dan Teddy Oswari (2020)	Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pembeli pada Toko Online Tokopedia	Kemudahan (X1) Kepercayaan (X2) Keamanan (X3) Kepuasan (Y)	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kemudahan dengan Kepuasan Pembeli. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kepercayaan dengan Kepuasan Pembeli. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel Keamanan dengan Kepuasan Pembeli.
5.	Arisa Dwi R (2022)	Pengaruh Kemudahan Pengguna dan Pengetahuan Informasi Terhadap Kepuasan dalam Penggunaan BSI Mobile (Studi	Kemudahan Pengguna (X1) Pengetahuan Informasi (X2) Kepuasan (Y)	Hasil menunjukkan hipotesis pertama diterima sehingga variabel kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis kedua diterima sehingga variabel pengetahuan informasi

		Kasus BSI KC Surabaya)		berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
6.	Riska Melawatil dan Tri Indra Wijaksana (2020)	Pengaruh Fungsi Websaite, Persepsi Kegunaan dan Manfaat Terhadap Kepuasan Pelanggan Bukalapak	Fungsi Websaite (X1) Persepsi Kegunaan (X2) Persepsi Manfaat (X3) Kepuasan (Y)	Berdasarkan hasil analisis deskriptif, perubahan Fungsi Websaite (X1) berada pada kategori cukup baik secara keseluruhan di mata responden. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Persepsi Kegunaan (X2) secara keseluruhan baik di mata responden. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel “Persepsi Manfaat” (X3) secara keseluruhan berada pada rentang baik di mata responden. .
7.	Nila Erlina (2021)	Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk)	Kemudahan Akses (X1) Kenyamanan (X2) Keamanan (X4) Kepuasan (Y)	Faktor kemudahan tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan dengan hasil pengujian faktor kemudahan (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y), Faktor kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan dengan hasil pengujian faktor kenyamanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) dan Faktor keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan

				dengan hasil pengujian faktor keamanan (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y)
8.	Marini (2022)	Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Dana Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Masyarakat Kota Palembang)	Kemudahan (X1) Kepercayaan (X2) Keamanan (X3) Kepuasan (Y)	Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Dana. yang berarti kenaikan kemudahan pengguna dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Dana di kota Palembang. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Dana. yang berarti kenaikan kepercayaan pengguna dapat mempengaruhi tingkat kepuasan kosnumen dalam menggunakan aplikasi Dana di kota Palembang. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Dana. yang berarti kenaikan keamanan pengguna dapat mempengaruhi tingkat kepuasan kosnumen dalam menggunakan aplikasi Dana di kota Palembang.

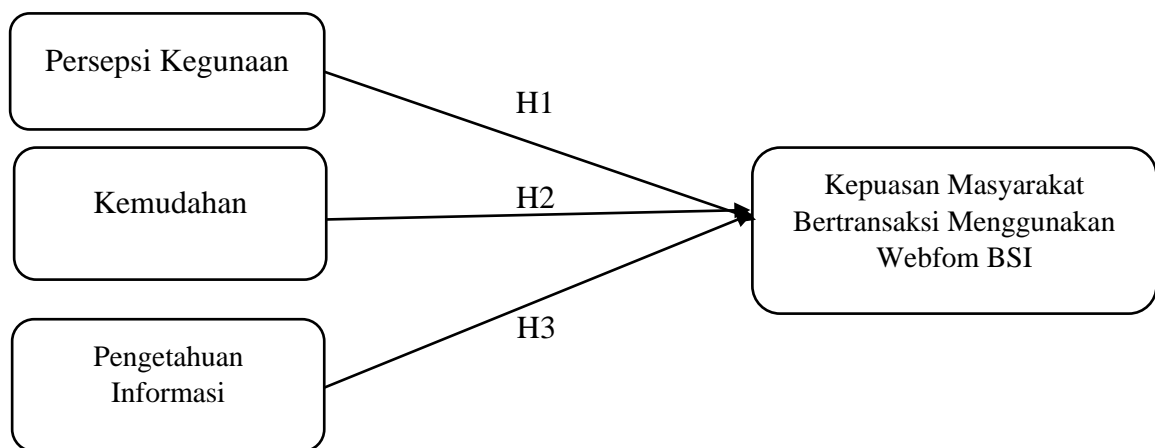
9.	Darmeinis dan Yenny	Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto	Kemudahan (X1) Kepuasan (Y)	Hasil analisa korelasi sederhana sebesar 0,38, berarti terdapat hubungan yang lemah dan positif antara kemudahan internet banking dengan kepuasan nasabah. Hasil analisa koefisien determinasi sebesar 14,44%, artinya pengaruh kemudahan internet banking sebesar 14,44%, sisanya 85,56% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain
10.	M, Adjie Pangestu MT dan I Made Sukresna	Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Berkelanjutan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital e-Wallet OVO di Kota Semarang)	Kualitas Layanan (X1) Persepsi Nilai (X2) Persepsi Kegunaan (X3) Minat Berkelanjutan dengan Kepuasan (Y)	Berdasarkan analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan melalui kepuasan pelanggan merupakan variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap minat untuk melanjutkan, dengan indikator terkuat adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. (keandalan) dan indikator terlemah adalah jaminan dan kepastian, yaitu Pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (<i>assurance</i>).

11.	Fendy Maradita (2021)	Pengaruh Persepsi Nilai dan Persepsi Kegunaan Terhadap Kepuasan Penggunaan Travel di Kabupaten Sumbawa	Persepsi Nilai (X1) Persepsi Kegunaan (X2) Kepuasan (Y)	Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel persepsi nilai berpengaruh positif terhadap Kepuasan penggunaan. Dan variabel persepsi kegunaan berpengaruh negatif terhadap kepuasan penggunaan.
12.	Niko Faizal Akbar (2020)	Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp pada SD Igustus Slamet Riyadi Karawang	Persepsi Mnfaat (X1) Persepsi Kemudahan(X2) Kualitas Pelayanan (X3) Kepuasan (Y)	Variabel persepsi manfaat sebesar 0,118 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi manfaat semakin baik maka kepuasan pengguna akan meningkat. Variabel persepsi kemudahan sebesar 0,070 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi kemudahan semakin baik maka kepuasan pengguna akan meningkat. Kualitas layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
13.	Sunuk Latifah, Anna Widayani dan Rani Arifah Normawati (2020)	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> dan <i>Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen pada <i>E-Commerce</i> Shopee	<i>Perceived Usefulness</i> (X1) <i>Trust</i> (X2) Kepuasan (Y)	<i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pengguna Shopee. Demikian juga <i>Trust</i> berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Shopee dan secara simultan <i>Perceived Usefulness</i> (X1) dan <i>Trust</i> (X2) merupakan factor yang mempengaruhi kepuasan.

Persamaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian yang digunakan, metode analisis dan pengujian hipotesis yang digunakan, sedangkan perbedaan yang terdapat pada penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah variabel penelitian yang dilakukan lebih banyak serta data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data dengan rentan waktu yang terbaru, dikarenakan pengalihan dari slip ke Webform BSI baru saat adanya merger antara BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah dan BNI Syariah ke BSI ditahun 2022, sehingga peneliti tertarik mengangkat judul ini untuk ditinjau dan diteliti Kembali.

2.6 Kerangka Pemikiran

Menurut pemaparan yang telah diberikan sebelumnya, kerangka pemikiran sistematis pada riset ini yaitu:



2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jenis dugaan tentang jawaban tentatif terhadap sekumpulan masalah yang berupa asumsi-asumsi yang kemudian diuji dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.⁵⁶ Berdasarkan teori laporan penelitian sebelumnya yang sudah ada, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

2.7.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Kepuasan

Persepsi Kegunaan yang dirasakan mengacu pada kepercayaan orang dalam menggunakan sistem teknologi informasi tertentu untuk meningkatkan kinerja kerja. Dan mendefinisikan

⁵⁶ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, ALFABETA CV : Bandung, 2016, Cet. 23, Hlm. 64

manfaat yang dirasakan sebagai ekspektasi kinerja menggunakan teknologi bagi pengguna untuk melakukan aktivitas tertentu.⁵⁷ Ini dapat menginspirasi kepercayaan orang lain bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja dan kepuasan kerja dengan keberhasilan menggunakan sistem tersebut. Terlihat pada penelitian sebelumnya dengan variabel persepsi kegunaan seperti, penelitian Mutasab Arung Prajoko (2022).⁵⁸ Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-Kepuasan yaitu, semakin besar manfaat yang dirasakan, konsumen semakin senang dengan aplikasi yang mereka gunakan. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap hubungan persepsi manfaat dengan kepuasan, maka penelitian ini merumuskan hipotesis berupa tanggapan uji asumsi, sebagai berikut:

H₁ : Persepsi Kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI

2.7.2 Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan

Kemudahan adalah hal terpenting yang harus dipertimbangkan oleh bisnis, kemudahan dapat bervariasi sesuai penggunaan. Ini juga mengacu pada sejauh mana seseorang percaya menggunakan sistem tertentu tanpa usaha.⁵⁹ Konon dengan menggunakan teknologi yang mudah digunakan dan dipahami membuat pengguna tidak keberatan menggunakan teknologi ini. Penelitian sebelumnya mengatakan bahwa hipotesis variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Dengan ini, peneliti menyajikan hubungan antara variabel kemudahan yang menunjukkan, hasil efek kemudahan yang signifikan positif terhadap kepuasan..⁶⁰

H₂: Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI.

2.7.3 Pengaruh Pengetahuan Informasi terhadap Kepuasan

Pengetahuan Informasi merupakan aspek penting yang mempengaruhi tindakan seseorang. Perilaku seseorang berdasarkan pengetahuan akan bertahan lebih lama daripada seseorang yang tidak berdasarkan pengetahuan. Ketika seseorang mengetahui informasi dengan baik, dia puas dengan dirinya sendiri. Menurut penelitian sebelumnya, dengan judul pengaruh kemudahan

⁵⁷ Davis, F.D., (1989). Persepsi kegunaan, *perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *Mis Q.* 319–340.

⁵⁸ *Ibid*, Hal, 10

⁵⁹ Lestari, N. A., & Iriani, S.S. 2018. *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Matahari mall.com*. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

⁶⁰ *Ibid*, haal 60.

pengguna dan pengetahuan informasi terhadap kepuasan dalam penggunaan BSI Mobile (Studi Kasus BSI KC Surabaya) bahwa *informational knowledge* berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan .⁶¹

H3: Pengetahuan Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI.

⁶¹ Meilana Widyaningsih, Fadila Rameyza Z S, Arisa Dwi R *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo)* Volume 1, Nomor 02, Desember 2022, 1 - 24

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut KBBI, Kuantitatif artinya berdasarkan jumlah atau banyaknya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengambil data dalam jumlah yang banyak, bisa puluhan hingga ribuan, hal ini dikarenakan populasi responden pada penelitian kuantitatif sangat luas. Penelitian kuantitatif cocok digunakan untuk meneliti masalah yang sudah jelas, memiliki populasi yang luas, dan bermaksud untuk menguji hipotesis.⁶²

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi terhadap Kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI.

3.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ada dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah informasi yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber data oleh peneliti. Data asli atau data baru dengan karakteristik yang sudah ada merupakan istilah lain dari data primer. Peneliti perlu mendapatkan data primer secara langsung untuk mendapatkannya, peneliti melakukan observasi, *Focus Group Discussion* (FGD) dan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data primer.⁶³ Data sekunder adalah data yang disusun dan ditampilkan oleh pengumpul data primer atau pihak ketiga dan biasanya disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. data sekunder, contoh statistik perkembangan perbankan nasional yang diterbitkan oleh lembaga penelitian untuk digunakan oleh peneliti guna diolah lebih lanjut. Data sekunder dapat ditemukan di Badan Pusat Statistik Finlandia dan Kantor Negara (BPS) dan lain-lain. atau pihak ketiga, dan biasanya diperlihatkan dalam bentuk table atau diagram.⁶⁴

Penelitian kali ini menggunakan data primer dengan penyebaran angket atau kuisisioner kepada responden sebagai objek penelitian yaitu nasabah BSI KCP Demak. Penyebaran angket atau kuisisioner bertujuan untuk mendapatkan data diri responden, tanggapan penilaian pengaruh persepsi kegunaan terhadap responden, kemudahan terhadap responden dan pengetahuan

⁶² Cresswell, Educational Research: *Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, New Jersey: Pearson Education, Inc, 2005

⁶³ Dan Siyoto, S. and M. A. Sodik., *Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1*, ed. by Ayup, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)..., hlm 58

⁶⁴ *Ibid*, hlm 58

informasi terhadap responden dalam hubungan kepuasan bertransaksi menggunakan Webform BSI di Bank Syariah Indonesia KCP Demak.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan elemen yang memiliki beberapa karakteristik umum dan terdiri dari interval yang dipelajari. Atau populasi adalah seluruh kelompok orang, kejadian atau objek yang menarik perhatian peneliti (Malhotra:1996). Dengan demikian, populasi adalah seluruh kumpulan item yang dapat digunakan untuk menarik beberapa kesimpulan.⁶⁵

Populasi adalah kesatuan individu atau objek dalam suatu wilayah dan waktu yang memiliki kualitas tertentu untuk diamati/dipelajari. Populasi penelitian dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu. populasi "*finit*" dan populasi "*infinit*". Populasi tak terhingga adalah populasi yang keanggotaan populasinya diketahui secara pasti, sedangkan populasi tak terhingga adalah populasi yang keanggotaan populasinya tidak diketahui secara pasti.⁶⁶ Dalam penelitian ini, masalah utama diputuskan, yaitu. menentukan besarnya populasi Agar lebih fokus dalam penelitian maka peneliti mempertimbangkan cakupan atau luas populasi penelitian. Populasi yang teridentifikasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak yang berjumlah 32.000 nasabah.⁶⁷

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, sampel penelitian adalah bagian dari populasi yang digunakan sebagai "perwakilan" anggota populasi sebagai subjek penelitian.⁶⁸ Dalam penelitian ini peneliti menentukan kriteria sampel yang diambil seperti, nasabah pernah melakukan transaksi menggunakan Webform BSI. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengambilan sampel dengan metode *probability sampling*, dimana sampel yang diambil dari populasi tersebut diambil dengan metode *simple random sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa membayar. memperhatikan literatur. dalam populasi.⁶⁹

⁶⁵ Amirullah, SE., M.M *POPULASI DAN SAMPEL (pemahaman, jenis dan teknik)* Disarikan dari buku; Metode Penelitian Manajemen (2015)

⁶⁶ Supardi *LAPORAH PEKELITIAN Populasi Dan Sampel Penelitian* tahun 1993

⁶⁷ Wawancara dengan Bapak Yenni Agung selaku BOSM BSI KCP Demak, 19 Januari

⁶⁸ Supardi *LAPORAH PEKELITIAN Populasi Dan Sampel Penelitian* tahun 1993

⁶⁹ (Siyoto, S. & Sodik., 2015)...,hlm 57.

Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode pendekatan solvin, dengan menentukan seberapa populasi jumlah sampel yang digunakan pada penelitian kali ini dengan standar eror 10%. Dengan rumus slovin untuk menentukan besaran sampel sebagai berikut:

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

Penjelasan

n = Jumlah sampel yang ditentukan

N = Jumlah populasi

e = Margin of error sebagai nilai kritis (derajat kesalahan)

Dengan ini ditetapkan 10%, maka diperoleh sebuah teknik perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{32.000}{1 + 32.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{32.000}{1 + 32.000 (0,01)}$$

$$n = \frac{32.000}{1 + 320}$$

$$n = \frac{32.000}{321}$$

$$n = 99,68$$

Berdasarkan perhitungan sampel dengan menggunakan penghitungan metode solvin, penelitian tersebut mendapatkan sampel berjumlah 99,68. Maka peneliti akan membulatkan menjadi 100 responden dalam jumlah populasi 32.000 nasabah.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Tahapan rencana pengumpulan data untuk mencapai tujuan penelitian, yang dapat disebut dengan pengumpulan data. Data yang terkumpul kemudian diuji untuk melihat hipotesis. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan teknik penelitian survei dengan menggunakan angket atau angket sebagai metode dasar pengumpulan data dan data.⁷⁰ Memberikan penjelasan secara rinci kepada responden yaitu Nasabah BSI KCP Demak

⁷⁰ Karlina Aprilia dan Prof Imam Ghazali *Teknik Penyusunan Skala Likert (Dalam Penelitian Akutansi dan Bisnis)* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro

mengenai pertanyaan-pertanyaan yang mungkin mereka miliki mengenai format buku, baik yang bersifat terbuka maupun tertutup, mengenai persepsi kegunaan, kemudahan, dan pengetahuan informasi bagi masyarakat umum dalam bertransaksi dengan menggunakan Webform BSI.

Dalam penelitian ini, metode skala Likert digunakan dalam metode penyebaran kuesioner. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat individu atau kelompok tentang suatu peristiwa atau fenomena sosial berdasarkan definisi operasional yang ditetapkan oleh peneliti.⁷¹ Dengan menggunakan skala Likert, responden diminta untuk menjawab: Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju dan Sangat Setuju. Tabel di bawah ini menjelaskan skala likert.

Table 3.1 Skala Likert skor 1-5

No.	Keterangan	Skor
1.	STS = Sangat Tidak Setuju	1
2.	TS = Tidak Setuju	2
3.	N = Netral	3
4.	S = Setuju	4
5.	SS = Sangat Setuju	5

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut atau karakteristik atau nilai seseorang, objek, atau aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu yang ditunjukkan oleh peneliti untuk studi dan kesimpulan.⁷² Variabel penelitian dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu peran dan karakteristik. Menurut peranannya, variabel ini dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

3.5.1.1 Variabel Bebas (*Independet*)

Variabel Bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi keberadaan variabel dependen (terkait) atau menyebabkan perubahan variabel dependen (terkait).

⁷¹ *Ibid*, hal 22

⁷² Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif* dan R & D. Bandung: Alfabeta

Variabel bebas biasanya diberi tanda X. Variabel ini sering disebut variabel stimulus, prediktor, dan anteseden. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau terjadinya variabel dependen.⁷³ Variabel ini juga dikenal sebagai variabel eksogen. Tiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: Persepsi Kegunaan (X1), Kemudahan (X2) dan Pengetahuan Informasi (X3).

3.5.1.2 Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel dependen (terpengaruh) adalah variabel yang dijadikan faktor yang dipengaruhi oleh satu atau lebih variabel lain. Variabel dependen juga disebut output, kriteria, variabel posterior. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat.⁷⁴ Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat dari variabel independen. Variabel dependen juga dikenal sebagai variabel endogen.⁷⁵ Penelitian ini menggunakan variabel yang berhubungan dengan masalah penelitian yaitu kepuasan (Y)

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional, yaitu memberi atau memberikan arti pada suatu variabel dengan menentukan operasi atau implementasi atau operasi yang diperlukan untuk mengukur, mengklasifikasikan atau memanipulasi variabel. Definisi operasional memberi tahu pembaca laporan penelitian apa yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis (Sutama, 2016). Definisi operasional membantu peneliti mengukur, mendefinisikan, atau mengevaluasi variabel. Selain itu juga dapat menjadi pedoman untuk mengukur, menentukan atau memperkirakan suatu besaran dengan merumuskan kata mana yang digunakan untuk mengoperasikan besaran tersebut.⁷⁶ Pada penelitian ini, pengukuran fungsional variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

⁷³ Nikmatur Rida *PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN* Jurnal Hikmah, Volume 14, No. 1, Januari – Juni 2017, ISSN :1829-8419

⁷⁴ Sangko Nasution *Variabel Penelitian* Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA) ISSN: 2338-2163 - Vol. 05, No. 02 Juli-Desember 2017

⁷⁵ Nikmatur Rida *PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN* Jurnal Hikmah, Volume 14, No. 1, Januari – Juni 2017, ISSN :1829-8419

⁷⁶ Ahmad Hufon *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN* Volume 4 Nomor 4 Tahun 2022 Halm 5754 - 5761

Table 3.2
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator
Presepsi Kegunaan (X1)	Persepsi kegunaan adalah kepercayaan pengguna yang kinerjanya akan meningkat dengan menggunakan suatu sistem. Demikian pula, jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tertentu berguna bagi mereka, mereka akan menggunakan sistem tersebut. Sebagai alternatif, jika seseorang percaya bahwa sistem informasi yang dimaksud tidak terlalu berguna atau tidak perlu, mereka tidak akan menggunakannya. ⁷⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadikan Pekerjaan lebih mudah 2. Berguna (<i>Useful</i>) 3. Mempertinggi epektifitas 4. Mengembangkan kinerja pekerjaan .⁷⁸
Kemudahan (X2)	Kemudahan penggunaan persepsian (<i>perceived ease of use</i>) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari suatu usaha. Kemudahan penggunaan persepsian merupakan suatu kepercayaan seseorang tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka mereka akan menggunakannya begitupun sebaliknya. ⁷⁹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk digunakan 2. Mudah untuk dipahami 3. Fleksibel untuk digunakan 4. Tidak membutuhkan banyak usaha.⁸⁰

⁷⁷ Meilana Widyaningsih , Fadila Rameyza Z S , Arisa Dwi *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo)* 2022, hal 6

⁷⁸ *Ibid*, hal 6

⁷⁹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan.....*, hlm. 152

⁸⁰ Ermawati, Nanik, and Zamrud Mirah Delima. 2016. "*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem.*" *Jurnal Akuntansi Indonesia*

<p>Pengetahuan Informasi (X3)</p>	<p>Pengetahuan atau kognisi merupakan indikator yang sangat penting yang dapat sangat mempengaruhi pemikiran seseorang. Menurut pengamatan dan penelitian, perilaku yang didasari oleh pengetahuan akan bertahan lebih lama dibandingkan dengan perilaku yang tidak didasari oleh pengetahuan. Sebelum seseorang mengadopsi perilaku baru, terjadi beberapa peristiwa, antara lain: <i>awareness</i> (kesadaran), <i>interest</i> (mengalami ketertarikan), <i>evaluation</i> (membandingkan atau menimbang), <i>trial</i> (mencoba melakukan sesuatu), dan <i>adaptation</i> (yang terakhir) (berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan).⁸¹</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan tentang memahami karakteristik atau atribut produk atau jasa 2. Pengetahuan tentang manfaat produk dan jasa 3. Pengetahuan tentang informasi yang diberikan 4. Pengetahuan tentang pelayanan yang diberikan.⁸²
<p>Kepuasan (Y)</p>	<p>Kepuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi yang dirasakan perbedaan antara harapan sebelum dan kinerja sebenarnya dari produk dirasakan setelah dikonsumsi.⁸³</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Re-Purchase</i> (pembelian ulang) 2. Menciptakan <i>Word of Mouth</i> 3. Harapan 4. Cita-cita 5. Menciptakan keputusan bertransaksi pada perusahaan yang sama.⁸⁴

3.7 Teknik Analisis Data

Satu-satunya proses dalam melakukan penelitian yang dilakukan setelah semua informasi yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah yang diidentifikasi telah ditangani secara

⁸¹ Sutabri, Tata. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta : Andi Offset).online 18-april-2017

⁸² *Ibid*, 61

⁸³ Prof. J. Supranto, M.A., APU. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: untuk menaikkan pangsa pasar*, 2006, hal 33

⁸⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Press,2014), hlm. 66

menyeluruh adalah teknik analisis data. Ketajaman dan ketelitian penggunaan alat analisis sangat menentukan ketelitian penarikan kesimpulan, sebagai akibatnya, tujuan analisis data adalah tujuan yang tidak dapat dicapai melalui proses penelitian biasa.⁸⁵ Program untuk melakukan penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS), yang dimaksudkan untuk menyederhanakan proses menyiratkan hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Untuk menentukan apakah hipotesis yang diberikan kepada pasien benar atau salah, hal ini penting dilakukan.

3.7.1 Uji Instrumen

Permasalahan menjadi sumber segala sesuatu dalam penelitian. Tujuan penelitian yang memuat variabel penelitian yang mengkristal dari permasalahan. Untuk mencapai tujuan penelitian diperlukan data. Data ini merupakan gambaran dari variabel yang diteliti. Informasi yang tepat mengarah pada kesimpulan yang sesuai dengan situasi sebenarnya. Keakuratan data tergantung baik atau tidaknya alat pengumpulan data atau tujuan pengukuran variabel penelitian (Arikunto, 2010).⁸⁶ Valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian ditentukan oleh validitas dan reliabilitasnya. Instrumen memegang peranan penting dalam penelitian karena instrumen berperan dalam proses pengumpulan data. Alat yang kompeten dan andal dapat memberikan informasi yang valid dan andal serta mengarah pada kesimpulan yang mencerminkan situasi sebenarnya.⁸⁷

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data akurat dan reliabel. Jika kuesioner akurat dan dapat diandalkan, maka data yang terkumpul dari kuesioner tersebut valid. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson, yaitu menghitung korelasi antara nilai-nilai yang diperoleh dari soal-soal. Jika r hitung lebih besar dari r -tabel dan hasilnya positif, maka indikator tersebut tervalidasi.⁸⁸ Rumus korelasi product-moment, juga dikenal sebagai korelasi Pearson, dapat digunakan untuk menghitung validitas instrumen. Rumusnya adalah sebagai berikut:

⁸⁵ Ali Muhson *Teknik Analisis Kuantitatif* Tahun 2018 hal, 1

⁸⁶ Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.

⁸⁷ Febrianawati Yusup *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* Vol. 7 No. 1. Januari – Juni 2018 (17-23)

⁸⁸ *Ibid*, hal 20

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

Pengukuran uji validitas dalam menentukan valid atau tidaknya suatu instrument dapat dilihat melalui hasil perhitungan dengan nilai r dari tabel pada taraf signifikansi 5% dan taraf signifikansi 1% dengan df= N-2. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka koefisien validitas butir soal pada taraf signifikansi yang dipakai.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk (Anshori & Iswati, 2009). Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui komposisi jangkar kuesioner yang digunakan oleh peneliti, sehingga kuesioner dapat dipercaya meskipun penelitian dilakukan beberapa kali dengan menggunakan kuesioner yang sama pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan setelah pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 23, alat untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik alpha cronbach. Suatu variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach's alpha* > 0,60.⁸⁹

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik merupakan syarat statistik yang harus dipenuhi dalam analisis linier berganda berdasarkan *Ordinary Least Squares* (OLS). Untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan adalah model terbaik dalam hal akurasi estimasi yang tidak biasa dan konsisten, asumsi klasik harus diuji (Juliandi et al, 2014). Uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang digunakan benar dan valid. Sebelum melakukan analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis, perlu dilakukan beberapa pengujian hipotesis klasik untuk melihat apakah model regresi yang digunakan bebas dari bias asumsi dan memenuhi syarat linearitas yang baik.⁹⁰ Uji asumsi klasik yang bisa digunakan yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk menilai distribusi data dalam sekumpulan data atau variabel, terlepas dari apakah distribusi data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan pengalaman beberapa ahli statistik, kita dapat mengasumsikan

⁸⁹ *Ibid*, hal 22

⁹⁰ Ghozali I, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM S PSS 23*. Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2016

distribusi normal untuk data lebih dari 30 angka ($n > 30$). Untuk memeriksa apakah data tersebut terdistribusi secara normal, dapat menggunakan uji normalitas.⁹¹ Uji normalitas berfungsi sebagai alat uji dalam menentukan apakah suatu model regresi berdistribusi normal dengan variabel perancu atau residual. Menurut Suliyanto (2011), kriteria keputusan untuk analisis ini adalah apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas sebagai berikut:

- a) Apabila nilai Sig $>$ alpha maka nilai residual berdistribusi normal
- b) Apabila nilai Sig $<$ alpha maka nilai residual berdistribusi tidak normal

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Ada beberapa cara untuk mendeteksi korelasi yang tinggi antar variabel independen, salah satunya dengan menggunakan *tolerances* dan *variance inflation factor* (VIF). Menurut (Ghazali 2017), toleransi mengukur variabilitas variabel independen yang dipilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.⁹² Ini adalah dua cara untuk melihat variabel mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lain. Nilai tolerance $>$ 0,10 atau nilai VIF $<$ 10 berarti tidak terdapat korelasi silang atau multikolinieritas dalam model regresi. Toleransi dan varians inflasi faktor (VIF) asumsi dapat ditulis sebagai:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima
- 2) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau setara angkat 0,5 maka H_0 ditolak

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah evaluasi apakah ada perbedaan antara variasi dan residual linier. Ini adalah satu-satunya asumsi penting yang harus dibuat oleh return linier. Jika asumsi heteroskedastisitas salah, maka model regresi tidak valid sebagai alat prediksi. Pengujian dilakukan dengan uji Glejser, yaitu meregresikan variabel independen terhadap variabel residual absolut dengan signifikansi 5%. (0,05). Dengan tidak adanya variabel yang signifikan secara statistik, regresi belum tentu melibatkan heteroskedastisitas.⁹³

⁹¹ Dr. Anton Bawono, M.Si dan Arya Fendha Ibnu Shina, M.Si, *Ekonometrika Terapan (untuk Ekonomi dan Bisnis Islam Aplikasi dengan Eviews*, LPPM IAIN Salatiga : Salatiga, 2018, hlm.20

⁹² D. N.A Janie, *STATISTIK DESKRIPTIF & REGRESI LINIER BERGANDA DENGAN SPSS*, 2012, hlm

⁹³ *Ibid*, hlm 77

3.7.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah metode pengambilan keputusan berdasarkan analisis data dari eksperimen terkontrol dan observasi. Dalam statistik, mengatakan bahwa suatu hasil signifikan secara statistik jika, menurut probabilitas tertentu, hampir tidak mungkin peristiwa tersebut disebabkan oleh faktor acak.⁹⁴ Pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari tiga tingkatan yaitu uji parsial (uji t), uji gabungan (uji F), dan uji keputusan (R²), sebagai berikut:

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penhelasan independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali 2018).⁹⁵ Untuk mengetahui apakah hipotesis sebaiknya diterima atau ditolak maka akan dilakukan statistika uji t dengan tingkat signifikansi 0,05. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Jika $t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ atau nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak. Ini berarti menyatakan bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara individual terhadap variabel dependen. artinya terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kegunaan, kemudahan, dan pengetahuan informasi terhadap kepuasan.
- b) Jika $t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}}$ atau nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Ini berarti menyatakan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan secara individual terhadap variabel dependen. artinya tidak dapat pengaruh signifikan antara persepsi kegunaan, kemudahan, dan pengetahuan informasi terhadap kepuasan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji-F statistik pada dasarnya memberi tahu apakah semua variabel independen dalam model memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel terkait. Diterima atau ditolaknya suatu hipotesis ditentukan dengan menggunakan statistik uji F dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,005 F untuk pengujian hipotesis. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan uji F dari pengujian hipotesis:

- 1) Jika nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima

⁹⁴ R.A. Fisher (1925). *Statistical Methods for Reseach Workers, Edinburgh*: Oliver and Body, 1925, p.43.

⁹⁵ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.

2) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau setara angka 0,05 maka H_0 ditolak

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel sangat terbatas. Hal ini dikarenakan R^2 memiliki kelemahan. Ini adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Adjusted R^2 digunakan dalam penelitian ini karena setiap kali variabel ditambahkan, R^2 meningkat, terlepas dari apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen..

⁹⁶

Nilai R^2 berada diantara 0 dan 1 atau ($0 < R^2 < 1$), jadi:

- a) Nilai R^2 yang mendekati 1 memiliki arti bahwa variabel independent hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen
- b) Nilai R^2 yang mendekati 0 memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam memberikan informasi mengenai variasi variabel dependen amat terbatas.

3.7.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan variabel independen atau prediktor berganda. Dalam bahasa Inggris, istilah ini disebut regresi linier berganda. Pada intinya, regresi linier berganda adalah model prediksi atau prediktif yang menggunakan data skala interval atau rasio dan memiliki variabel prediktor berganda.⁹⁷ Skala masalahnya adalah variabel dependen di antara semua variabel, khususnya variabel independen/bebas ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dan variabel dependen/terikat (Y) menurut SPSS (Statistical Products and Services Solutions). Ketika jumlah variabel independen dalam variabel prediktor lebih besar dari 1, itu disebut regresi linier berganda. Model regresi linier berganda diwakili oleh:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

⁹⁶ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013): 125.

⁹⁷ Anwar Hidayat *Statistika 2022*

Keterangan:

Y = Kepuasan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi X1

X1 = Presepsi Kegunaan

b_2 = Koefisien Regresi X2

X2 = Kemudahan

b_3 = Koefisien Regresi X3

X3 = Pengetahuan Informasi

e = Variabel Pengganggu

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Objek Penelitian

Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger PT BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi menyetujui penggabungan tiga bank syariah melalui surat nomor SR-3/PB.1/2021 pada 27 Januari 2021. Komposisi pemegang saham BSI adalah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Syariah Mandiri (Persero) Tbk 24,96%, PT BRI Syariah (Persero) Tbk 17,25% dan sisanya masing-masing memegang kurang dari 5%.⁹⁸

Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk mewujudkan bank syariah yang menjadi kebanggaan bangsa dan memberikan energi baru bagi perkembangan perekonomian nasional serta memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia mencerminkan wajah modern, universal dan natural dari sistem perbankan syariah di Indonesia (Rahmatan Lil' Aalami).

Visi “ Top Global Islamic Bank”

Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 202
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

BSI KCP Demak marger dari BRI Syariah yang berlokasi di Jln, Sultan Fattah No. 37 Kauman, Bintoro, Kec Demak, Kab Demak, Jawa Tengah 59511.

⁹⁸ OJK Keluarkan Izin Bank Syariah Indonesia, Houtmand P Saragih, CNBC Indonesia, 27 January 2021 15:19, diakses 15 Maret 2023
<https://www.bing.com/search?pglt=673&q=ojk+marger+bsi&cvid=3582b036314b40208fa8f3b7c9e352c4&aqs=edg e..69i57j69i64.8854j0j1&FORM=ANNTA1&PC=U531#>

4.2 Gambaran Umum Responden

Studi dilakukan oleh nasabah BSI KCP Demak, dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah secara langsung, melibatkan 100 responden. Survei dipilih berdasarkan profil responden seperti nama, jenis kelamin, dan usia.

4.2.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin

Hasil dari deskripsi responden yang berjumlah 100 nasabah menurut usia.

Table 4.1
Responden Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Presentase
Laki-laki	34	34%
Perempuan	66	66%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel yang disajikan, terlihat bahwa ada 100 responden nasabah BSI KCP Demak yang dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin. Dari jumlah tersebut, terdapat 34 nasabah yang merupakan pria dengan persentase 34%, sedangkan 66 nasabah lainnya adalah wanita dengan persentase 66%.

4.2.2 Deskripsi Responden Menurut Usia

Hasil dari deskripsi responden yang berjumlah 100 nasabah menurut usia

Tabel 4.2
Responden Usia

Usia	Resonden	Presentase
<20 Tahun	11	11%
21-25 Tahun	43	43%
26-30 Tahun	6	6%
31-40 Tahun	18	18%
>40 Tahun	22	22%
Total	100	100%

Data pada tabel di atas menunjukkan hasil dekripsi dari 100 responden nasabah BSI KCP Demak berdasarkan kelompok usia. Terdapat 11 nasabah (11%) yang berusia di bawah 20 tahun, 43 nasabah (43%) berusia antara 21-25 tahun, 6 nasabah (6%) berusia antara 26-30 tahun, 18 nasabah (18%) berusia antara 31-40 tahun, dan 22 nasabah (22%) berusia di atas 40 tahun

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas Data

Maksud dari pengujian validitas kuesioner adalah untuk menetapkan kebenaran kuesioner. Kuesioner akan dianggap sah bila dapat mengukur hal yang seharusnya diukur. Pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat dianggap sah apabila nilai r hitung melebihi nilai r tabel yang telah ditetapkan oleh peneliti dengan menggunakan alat bantu SPSS 26, dan r tabel menggunakan tabel yang terlampir dengan mempertimbangkan derajat kebebasannya.

Pada studi ini, df (degree of freedom) didefinisikan sebagai $n - 2$, dimana n (jumlah responden) sama dengan 100. Oleh karena itu, nilai df adalah $100 - 2 = 98$ dengan alpha setara dengan 0,05 (5%). Untuk melakukan uji validitas, dapat menggunakan r tabel sebesar 0,195.

Table 4.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengaruh Presepsi (X1)	X1.1	0,89	0,195	Valid
	X1.2	0,875	0,195	Valid
	X1.3	0,87	0,195	Valid
	X1.4	0,82	0,195	Valid
Kemudahan (X2)	X2.1	0,859	0,195	Valid
	X2.2	0,844	0,195	Valid
	X2.3	0,780	0,195	Valid
	X2.4	0,770	0,195	Valid
Pengetahuan Informasi (X3)	X3.1	0,901	0,195	Valid
	X3.2	0,851	0,195	Valid
	X3.3	0,859	0,195	Valid
	X3.4	0,789	0,195	Valid
Kepuasan (Y)	Y.1	0,812	0,195	Valid
	Y.2	0,797	0,195	Valid
	Y.3	0,685	0,195	Valid
	Y.4	0,823	0,195	Valid
	Y.5	0,782	0,195	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kuesioner/angket yang digunakan untuk mengukur variabel Persepsi Kegunaan (X1), Kemudahan (X2), Pengetahuan Informasi (X3) dan Kepuasan (Y) dapat dianggap valid. Hal ini dikarenakan semua nilai r hitung pada setiap pertanyaan lebih besar dari r table (0,195).

4.3.2 Uji Reliabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi jawaban yang diberikan oleh setiap responden dalam menjawab pertanyaan pada setiap variabel. Dalam penelitian ini digunakan uji statistik koefisien cronbach's alpha (α) untuk menentukan reliabilitas. Jika nilai koefisien cronbach's alpha (α) lebih besar dari 0,60, maka kuesioner dianggap reliabel. Berikut ini adalah hasil perhitungan reliabilitas dan tabel perhitungan reliabilitas:

Table 4.3
Uji Reabilitas

Variabel	Item	Cronbach Alpha	Critical Value	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	X1.1	0,847	0,6	Reliabel
	X1.2	0,837	0,6	Reliabel
	X1.3	0,840	0,6	Reliabel
	X1.4	0,868	0,6	Reliabel
Kemudahan (X2)	X2.1	0,765	0,6	Reliabel
	X2.2	0,762	0,6	Reliabel
	X2.3	0,796	0,6	Reliabel
	X2.4	0,804	0,6	Reliabel
Pengetahuan Informasi (X3)	X3.1	0,809	0,6	Reliabel
	X3.2	0,838	0,6	Reliabel
	X3.3	0,838	0,6	Reliabel
	X3.4	0,870	0,6	Reliabel
Kepuasan (Y)	Y.1	0,795	0,6	Reliabel
	Y.2	0,800	0,6	Reliabel
	Y.3	0,837	0,6	Reliabel
	Y.4	0,792	0,6	Reliabel
	Y.5	0,809	0,6	Reliabel

Menurut hasil dari uji reabilitas dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner / angket yang dimanfaatkan dalam Pengaruh Persepsi Kegunaan (X1), Kemudahan (X2), Pengetahuan Informasi (X3) dan Kepuasan (Y) bisa dikatakan realibel. Karena Coronbach Alpha disetiap pertanyaan lebih besar dari 0,60.

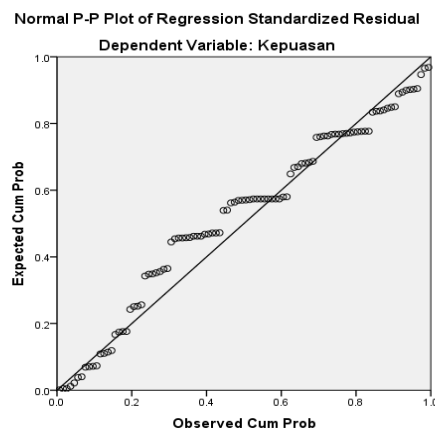
4.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi berganda dan menguji hipotesis, perlu dilakukan beberapa uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah terbebas dari penyimpangan asumsi dan memenuhi persyaratan untuk mendapatkan hasil linier yang baik. Uji asumsi klasik yang dapat dilakukan meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat distribusi data yang memiliki nilai residual normal atau abnormal. Uji Kolmogronov-Smirnov digunakan untuk menentukan kenormalan dalam penelitian ini.

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas P PLOTS



Hal ini dapat diketahui dari hasil uji residual yang menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar secara merata mengikuti pola garis diagonal pada grafik P P Plot Regresi Standardized, seperti yang terlihat pada gambar di atas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan telah menghasilkan data yang terdistribusi secara normal.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat dalam model regresi. Keputusan diambil berdasarkan nilai VIF < 10 menunjukkan tidak adanya multikolinieritas. Berikut adalah hasil pengujian multikolinieritas:

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.828	1.066		3.592	.001		
Persepsi Kegunaan	.512	.091	.452	5.638	.000	.446	2.242
Kemudahan	-.017	.105	-.015	-.162	.871	.335	2.982
Pengetahuan Informasi	.495	.083	.498	5.932	.000	.407	2.458

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan informasi yang tertera pada tabel, nilai VIF untuk Persepsi Kegunaan (X1) adalah 2,242, Kemudahan (X2) adalah 2,982 dan Pengetahuan Informasi (X3) adalah 2,458, menandakan bahwa nilai VIF < 10. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian ini.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Dasar keputusan berguna sebagai pedoman atau acuan pada saat membuat kesimpulan atau keputusan berdasarkan hasil analisis. Dasar penentu uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser adalah apakah nilainya signifikan (Sig). lebih besar dari > 0,05, maka model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilainya signifikan (Sig). lebih rendah dari 0,05, model regresi menunjukkan bukti heteroskedastisitas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Heterokedastisitas (glejser)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.828	1.066		3.592	.001
	Persepsi Kegunaan	.512	.091	.452	5.638	.000
	Kemudahan	-.017	.105	-.015	-.162	.871
	Pengetahuan Informasi	.495	.083	.498	5.932	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dalam tabel di atas, terbukti bahwa nilai signifikansi variabel Persepsi Kegunaan (X1) sebesar $0,478 > 0,05$ menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas, sementara nilai signifikansi Kemudahan (X2) sebesar $0,922 > 0,05$ menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas dan pada variabel Pengetahuan Informasi (X3) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,475 > 0,05$ menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas.

4.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi dampak variabel independen dan dependen terhadap kepuasan masyarakat dalam menggunakan Webform BSI. Variabel independen yang diuji adalah persepsi kegunaan, kemudahan, dan pengetahuan informasi. Berikut adalah hasil pengujian analisis regresi berganda. Dari tabel yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dilihat bahwa persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
		1	(Constant)	.177	.679		.260
	Persepsi Kegunaan	.041	.058	.107	.712	.478	
	Kemudahan	-.007	.067	-.017	-.098	.922	
	Pengetahuan Informasi	.040	.053	.117	.747	.457	

a. Dependent Variable: Abs_RES

$Y = 3,828 + 0,512 X_1 - 0,017 X_2 + 0,495 X_3 + e$, Menurut persamaan regresi berikut dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai constanta (α)

Angka konstan pada analisis regresi ini adalah 3,828 yang bersifat positif. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila nilai variabel Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Pengetahuan Informasi adalah 0, maka nilai variabel Kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI akan memiliki nilai sebesar 3,828.

2. Persepsi Kegunaan (X_1) terhadap Kepuasan

Koefisien regresi Persepsi Kegunaan X_1 sebesar 0,512 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 persen akan diikuti dengan kenaikan nilai kepuasan nasabah sebesar 0,512, maka nilai persepsi kegunaan bertambah sebesar 0,512. Maka dari itu akan menaikkan kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI sebesar 0,512 atau 5,12% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

3. Kemudahan (X_2) terhadap Kepuasan

Koefisien Kemudahan X_2 sebesar -0,017 menyatakan bahwa menunjukkan nilai negatif antara variabel kemudahan terhadap kepuasan. Hal ini artinya jika variabel kemudahan mengalami kenaikan 1 persen maka sebaliknya variabel kepuasan akan mengalami penurunan sebesar -0,017. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya dianggap konstanta.

4. Pengetahuan Informasi (X_3) terhadap Kepuasan

Koefisien regresi Pengetahuan Informasi X_3 sebesar 0,495 atau 4,95% menyatakan bahwa setiap penambah 1 persen akan diikuti dengan kenaikan nilai kepuasan nasabah sebesar 0,495, maka pengetahuan informasi bertambah sebesar 0,495 atau 4,95%. . Maka dari itu akan menaikkan kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI sebesar 0,495 atau 4,95% dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap

4.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah metode pengambilan keputusan berdasarkan analisis data eksperimen terkontrol dan observasi. Uji hipotesis penelitian ini terdiri dari tiga langkah uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan uji determinasi (R^2) sebagai berikut:

4.6.1 Uji Persial T

Tujuan Uji T adalah untuk mengetahui apakah variabel independen/bebas (Persepsi Kegunaan (X1), Kemudahan (X2), dan Pengetahuan Informasi (X3)) memiliki hubungan dengan variabel dependen/terikat (Kepuasan (Y)). Cara membandingkan tingkat signifikansi dengan tingkat probabilitas 0,05. Jika tingkat signifikansi < 0,05, maka variabel X dianggap signifikan terhadap variabel, dan jika tingkat signifikansi > 0,05, maka variabel X dianggap tidak signifikan terhadap variabel Y. Jika membandingkan nilai t hitung dan t tabel, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti variabel X memiliki hubungan positif terhadap variabel Y, dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti variabel X tidak memiliki hubungan positif terhadap variabel Y. T tabel 1.988 merupakan hasil pembacaan T tabel ($\alpha/2; n-k-1$), dengan faktor konversinya adalah $(0.05/2; 100-3-1) = (0.025; 96)$. Uji Hipotesis T disorot di sini.

Tabel 4.8
Uji Persial T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.828	1.066		3.592	.001
	Persepsi Kegunaan	.512	.091	.452	5.638	.000
	Kemudahan	-.017	.105	-.015	-.162	.871
	Pengetahuan Informasi	.495	.083	.498	5.932	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Uji T) di atas, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis untuk masing-masing variabel bebas sebagai berikut:

1. Terdeteksi bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh (variabel) X1 terhadap Y adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,583 > t$ tabel yang bernilai 1,988. Maka, dapat disimpulkan bahwa H1 **diterima**, yang menandakan bahwa persepsi kegunaan (X1) terhadap kepuasan (Y) memiliki pengaruh positif dan signifikan.
2. Terungkap bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh Kemudahan (X2) terhadap Kepuasan (Y) adalah sebesar $0,871 > 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $-0,871 < t$ tabel yang bernilai 1,988. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H2 **ditolak**, yang menunjukkan bahwa kemudahan (X2) terhadap kepuasan (Y) memiliki pengaruh negatif.
3. Terdeteksi bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh Pengetahuan Informasi (X3) terhadap Kepuasan (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,932 > t$ tabel 1,988, sehingga dapat

disimpulkan bahwa H3 **diterima** yang mengindikasikan bahwa Pengetahuan Informasi (X3) terhadap Kepuasan (Y) berpengaruh positif dan signifikan

4.6.2 Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) yang diberikan oleh variabel bebas/independen (Persepsi Kegunaan (X1), Kemudahan (X2), dan Pengetahuan Informasi (X3)) terhadap variabel terikat/dependen (Kepuasan (Y)). Keputusan dalam penelitian ini didasarkan pada perbandingan nilai f-hitung dan f-tabel. Jika nilai f-hitung lebih besar dari f-tabel, maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan, dan sebaliknya. F-tabel sama dengan $(k; n-k)$ (3; 100 -3) Nilai F hitung sekitar 2,17, dan hasil nilai F yang dihitung secara simultan selama percobaan dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 4.9
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	826.803	3	275.601	84.379	.000 ^b
	Residual	313.557	96	3.266		
	Total	1140.360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Informasi, Persepsi Kegunaan, Kemudahan

Dari tabel yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa nilai sig untuk pengaruh bersama dari variabel Pandangan Kegunaan (X1), Kemudahan (X2) dan Pemahaman Informasi (X3) terhadap Kepuasan (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai F hitung $84,379 > F$ tabel 2,71. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen berdampak positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan berapa persentase variabel persepsi manfaat (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan pengetahuan (X3) terhadap variabel kepuasan (Y) secara bersamaan.

Table 4.10
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.725	.716	1.807

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Informasi, Persepsi Kegunaan, Kemudahan

Berdasarkan output di atas diketahui nilai R square sebesar 0,725 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variable Persepsi Kegunaan (X1), Kemudahan (X2), dan Pengetahuan Informasi (X3) secara simultan (Bersama-sama) terhadap variable Kepuasan (Y) adalah sebesar 72,5%, dengan sisanya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI

Menurut hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. dengan koefisien regresi positif sebesar 0,512 maka dapat dikatakan berpengaruh positif terhadap variabel Persepsi Kegunaan. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis pertama (H1) bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Demak atas transaksi yang dilakukan melalui Webform BSI **diterima**.

Persepsi kegunaan adalah suatu kepercayaan dimana seseorang ketika menggunakan sistem yang mereka yakini akan membantu mereka bekerja lebih baik. Jika seseorang yakin suatu sistem akan membantu mereka, mereka akan menggunakannya. Jika seseorang tidak percaya sistem akan membantu mereka, mereka tidak akan menggunakannya.⁹⁹

Semakin tinggi manfaat yang dirasakan maka semakin tepat dalam memenuhi kepuasan masyarakat saat menggunakan Webform BSI karena hal ini yang dirasakan oleh nasabah, terjadinya kepuasan tidak hanya pengaruh langsung dari manfaat yang dirasakan yang tinggi, melainkan juga adanya kepercayaan produk yang dirasakan nasabah terhadap Webform BSI. Berdasarkan hasil tersebut, Webform BSI dapat memenuhi kepuasan nasabah maka harus menciptakan manfaat yang dirasakan setinggi mungkin agar nasabah merasa percaya, karena terbukti dapat membuat nasabah puas dengan kepercayaan terhadap Webform BSI. Hasil riset yang dilakukan oleh Fadila Rameyza, Arisa Dwi R, M Adjie Pangestu, dan I Made Sukresna, tentang dampak persepsi terhadap kepuasan masyarakat dalam menggunakan Webform BSI, menunjukkan bahwa persepsi terhadap kepuasan berdampak positif.

4.7.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI

Berdasarkan hasil uji Hipotesis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa kemudahan berdampak negatif terhadap kepuasan masyarakat saat bertransaksi menggunakan webform BSI.

⁹⁹ Meilana Widyaningsih, Fadila Rameyza Z S, Arisa Dwi *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo)* 2022, hal 6

Hal ini terbukti dari nilai signifikansi sebesar $0,871 > 0,05$. Meskipun demikian, diperhatikan bahwa variabel kemudahan memiliki koefisien regresi sebesar $-0,017$ yang menunjukkan dampak negatif. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa kemudahan berdampak positif terhadap kepuasan dalam bertransaksi menggunakan webform BSI pada nasabah BSI KCP Demak harus **ditolak**.

Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi itu mudah. Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah kepercayaan seseorang dalam proses pengambilan keputusan. Siapapun yang percaya pada *user-friendly* dari sistem informasi akan menggunakannya dan sebaliknya.¹⁰⁰

Kemudahan penggunaan atau kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat diartikan seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi itu mudah. Atau keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi mudah digunakan dan dipahami.¹⁰¹ Webform BSI memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi, namun dalam hal ini, beberapa nasabah yang menggunakan Webform BSI mengalami kesulitan karena terkadang terjadi kesalahan saat menggunakan Webform BSI, yang untuk sementara tidak tersedia. Sebagian masyarakat merasa kesulitan dalam menggunakan Webform BSI karena belum mengenal sistem digital dan dalam hal ini masih banyak nasabah yang belum memahami apa itu BSI online form, karena mungkin belum mengenal terminologi perbankan belum familiar.¹⁰²

Maka dalam penelitian ini teori kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh salah satu faktor yaitu faktor kemudahan, teori yang mengatakan berhubungan dengan kepuasan. Ketika faktor kemudahan tinggi maka kepuasan juga meningkat dan sebaliknya ketika kualitas pelayanan rendah maka kepuasan juga menurun.¹⁰³ Teori tersebut tidak relevan jika digunakan dalam penelitian ini karena hasil dari analisis data faktor kemudahan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hasil riset sesuai yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya Nila Erina, M. Adjie Pangestu MT dan I Made Sukresna tentang pengaruh kemudahan terhadap kepuasan dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI, membuktikan bahwa kemudahan tidak signifikan terhadap kepuasan masyarakat bertransaksi menggunakan Webform BSI.

¹⁰⁰ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan.....*, hlm. 152

¹⁰¹ Zaki Baridwan, Sartika Sari Ayu Tjini, *kemudahan penggunaan* (Yogyakarta: Erlangga, 2014)

¹⁰² Hasil Wawancara Kepada Nasabah BSI KCP Demak Tanggal 1 Maret 2023

¹⁰³ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm.173

4.7.3 Pengaruh Pengetahuan Informasi Terhadap Kepuasan Masyarakat dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, pengetahuan informasi memiliki nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,495 maka dapat dikatakan berpengaruh positif terhadap variabel pengetahuan informasi. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis ketiga (H3) yaitu pengetahuan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Demak terhadap transaksi Webform BSI **diterima**.

Pengetahuan atau kognisi merupakan aspek yang sangat penting yang mempengaruhi tindakan seseorang. Pengalaman dan penelitian telah menunjukkan bahwa perilaku berbasis pengetahuan bertahan lebih lama daripada perilaku tidak berbasis pengetahuan. seseorang mengadopsi keterampilan baru, termasuk *awareness* (kesadaran), *interest* (mengalami ketertarikan), *evaluation* (membandingkan atau menimbang), *experimentation* (mencoba sesuatu), dan pada akhirnya *adaptation* (perilaku baru berdasarkan pengetahuan).¹⁰⁴

Pengetahuan tentang informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan menggunakan Webform BSI. Modul pengetahuan yang terdapat dalam BSI Webform juga meningkatkan nilai kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan sudah mengenal dan memahami BSI Webform. Hasil riset sesuai yang dilakukan riset sebelumnya Sri Kusujaniatun dan Wulandari Metondang tentang pengaruh pengetahuan informasi terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI, membuktikan bahwa pengetahuan informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI.

¹⁰⁴ Sutabri, Tata. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta : Andi Offset).online 18-april-2017

BAB V

PENUTUPAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis data dan pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Pengetahuan Informasi terhadap minat bertransaksi menggunakan BSI Webform pada Nasabah BSI KCP Demak, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan saat melakukan transaksi menggunakan Webform BSI. Penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan memiliki nilai t hitung sebesar $5,683 > t$ tabel $1,988$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Nilai koefisien regresi sebesar $0,512$, menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat dalam transaksi menggunakan Webform BSI. Hal ini membuktikan bahwa setiap peningkatan persepsi kegunaan akan meningkatkan kepuasan saat melakukan transaksi menggunakan Webform BSI.
2. Variabel Kemudahan memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan bertransaksi menggunakan webform BSI. Penelitian ini membuktikan bahwa kemudahan memiliki nilai t hitung sebesar $-0,871 < t$ tabel $1,988$ dan nilai signifikan $0,817 > 0,05$. Nilai koefisien sebesar $-0,017$, hal ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh negatif terhadap kepuasan masyarakat dalam bertransaksi webform BSI.
3. Variabel Pengetahuan Informasi berpengaruh positif pada Kepuasan saat melakukan transaksi dengan menggunakan Webform BSI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan informasi memiliki nilai t hitung sebesar $5,932 > t$ tabel $1,988$, dan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Koefisien regresi sebesar $0,495$ menunjukkan bahwa pengetahuan informasi berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan dalam melakukan transaksi menggunakan Webform BSI. Hal ini membuktikan bahwa setiap peningkatan pengetahuan informasi akan meningkatkan minat kepuasan dalam bertransaksi menggunakan Webform BSI.

5.2 Saran

1. Bagi Perbankan Syariah, agar meningkatkan kinerja perbankan syariah dengan lebih baik. Penggunaan Webform secara menyeluruh kepada nasabah saat melakukan transaksi teller, dan diharapkan adanya pengarahan dalam pengisian Webform BSI
2. Bagi peneliti lain diharapkan untuk memperluas dan memperkaya variabel lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan transaksi melalui Webform BSI, yang sesuai dengan konteksnya.
3. Bagi Masyarakat, agar lebih memahami saat cara penggunaan Webform BSI, dengan meminta bantuan kepada pegawai BSI.

DAFTAR PUSTAKA

- (Siyoto, S. & Sodik., 2015)...,hlm 57.
- Abdul Rahman Saleh, *Psikologi: Sesuatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal 110
- Ahmad Hufron *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN* Volume 4 Nomor 4 Tahun 2022
Halm 5754 - 5761
- Ali Muhson *Teknik Analisis Kuantitatif* Tahun 2018 hal, 1
- Amirullah, SE., M.M *POPULASI DAN SAMPEL (pemahaman, jenis dan teknik)* Disarikan dari buku; *Metode Penelitian Manajemen* (2015)
- Ana Zahrotun Nihayah dan Lathif Hanafir Rifqi, *Kontribusi Perbankan Syariah terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19*, *Jurnal Ecodemica* 2022, hal 186
- Anna Zahrotun Nihayah dan Lathif Hanafir Rifqi, *PANDEMI COVID-19 IMPLIKASI BAGI PEMBIAYAAN BANK SYARIAH DI INDONESIA*, *Jurnal Ekonometrika* 2021, hal 168
- Anwar Hidayat *Statistika* 2022
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bakry, Oemar. 1984. *Al-Qur'an dan Terjemah Rahmat*. Jakarta: Penerbit Abdullah bin Affif & Cp
- Bank Syariah Indonesia, *Sejarah Persero – Bank Syariah Indonesia* 2021
- Biro Perbankan Syariah, Bank Indonesia. 2013. *Pedoman Akutansi Perbankan Syariah Indonesia (PAPSI)*. Jakarta.
- Bphn.go.id. (1998). Undang-Undang RI No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Lembaran Negara Republik Indonesia, 182.
- Buku Pintar *Ekonomi Syariah*. Ahmad Ifham Sholihin
- Bunga Nur Isnda Sari, " *Perbandingan Pelayanan Langung Dan Pelayanan Digital Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah*, 6.1 (2018). h 17-18
- Cresswell, Educational Reseach: *Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*, New Jersey: Pearson Education, Inc, 2005
- D. N.A Janie, *STATISTIK DESKRIPTIF & REGGRESI LINIER BERGANDA DENGAN SPSS*, 2012, hlm 77
- Dan Siyoto, S. and M. A. Sodik., *Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1*, ed. by Ayup, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)..., hlm 58

- Dan Siyoto, S. and M. A. Sodik., *Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. I*, ed. by Ayup, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)..., hlm 58
- Davis, F.D., (1989). Persepsi kegunaan, *perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *Mis Q.* 319–340.
- Dr. Anton Bawono, M.Si dan Arya Fendha Ibnu Shina, M.Si, *Ekonometrika Terapan (untuk Ekonomi dan Bisnis Islam Aplikasi dengan Eviews*, LPPM IAIN Salatiga : Salatiga, 2018, hlm.20
- Effendi, E. dan Lukito, G. 2018. *Studi Kasus Sistem Informasi Manajemen: Volume 2*. Seribu Bintang. Malang.
- Ermawati, Nanik, and Zamrud Mirah Delima. 2016. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem.” *Jurnal Akuntansi Indonesia* 5 (2): 163–74.
- Ermawati, Nanik, and Zamrud Mirah Delima. 2016. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Pengalaman Terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem.” *Jurnal Akuntansi Indonesia*
- Febrianawati Yusup *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF* *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* Vol. 7 No. 1. Januari – Juni 2018 (17-23)
- Fifyanita Ghanimata, Mustafa Kamal, 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. Hal i. Universitas Diponegoro. Semarang
- Fiqh Muamalah Kontemporer, Imam Musthofa, S.H.I., M.SI.
- Ghozali I, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM S PSS 23*. Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2016
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. hal 61
- <https://www.bing.com/search?q=layanan+yang+ada+di+webform+bsi&cvid=0b61112c21a747f2884ce6cd4ed04e6c&aqs=edge..69i57j0l3.5847j0j1&pglt=2083&FORM=ANNTA1&PC=U531#> diakses pada 31 Januari 2023 jam 11:39
- Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hal 50
- Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan.....*, hlm. 152
- Kadir, Abdul. *Pengenal Sistem Informasi Edisi Revisi*. Penerbit Andi, 2014.
- Karlina Aprilia dan Prof Imam Ghozali *Teknik Penyusunan Skala Likert (Dalam Penelitian Akutansi dan Bisnis)* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro

- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : Rajawali Press,2014), hlm. 66
- Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2007),hlm.173
- Lestari, S. 2019. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Bertransaksi Online Melalui Aplikasi Shopee Terhadap Minat Pembelian Ulang*. eJurnal Administrasi Bisnis. 7(1): 262-275.
- Meilana Widyaningsih , Fadila Rameyza Z S , Arisa Dwi *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo) 2022*, hal 2
- Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, *Mudrajad Kuncoro* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013): 125.
- Mhd Asaad, *Untuk Pembiayaan Usaha Pertanian*’, *Peningkatan Peranan Perbankan Syariah*, 34, 2011, 113–27
- Murtadha Muthahhari *Teori Pengetahuan Catatan Kritis Atas Berbagai Isu Eptimologis* , hlm. 123
- Nikmatur Rida *PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN*Jurnal Hikmah, Volume 14, No. 1, Januari – Juni 2017, ISSN :1829-8419
- Nina Indah Febriana, “*Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*”, An Nisbah, Vol.03, No.1, 2016
- Penggabungan Tiga Bank Syariah Himbara Peroleh Izin dari OJK, Persiapan Integrasi Menuju Bank Syariah Indonesia Kian Matang - Berita dan Economic & Market Insight | Bank Syariah Indonesia (bankbsi.co.id) diakses 30 Januari 2022 jam 20:13 WIB
- Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, ALFABETA CV : Bandung, 2016, Cet. 23, Hlm. 64
- Prof. J. Supranto, M.A., APU. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: untuk menaikan pangsa pasar*, 2006, hal 33
- R.A. Fisher (1925). *Statistical Methods for Reseach Workers*, *Edinburgh*: Oliver and Body, 1925, p.43.
- Rizky Nanda Setiawan *PEMANFAATAN WEBFORM UNTUK TRANSAKSI DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU AMBARUKMO* Universitas Islam Indonesia Tahun 2022
- Sangko Nasution *Variabel Penelitian* Program Studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA) ISSN: 2338-2163 - Vol. 05, No. 02 Juli-Desember 2017

- Saputra, S., & Sudarsa, R. Y. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment*. Jurnal Bisnis Dan Pemasaran
- Sarlito W. Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal 86
- Sena Wahyu Purwanza S.Kep., Ners., M.kep *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi* tahun 2020
- Sudarsono Hardjosoekarto, dkk, 1998. *Strategi Pelayanan Prima*, Jakarta : LAN
- Sudarsri Lestari *PERAN TEKNOLOGI DALAM PENDIDIKAN DI ERA GLOBALISASI* 2018, hal 3
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji , W. H. (2022). *Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah*. Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 4(6), 1669–1681.
- Sumanto, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hal 52
- Supardi *LAPORAH PEKELITIAN Populasi Dan Sampel Penelitian* tahun 1993
- Supardi *LAPORAH PEKELITIAN Populasi Dan Sampel Penelitian* tahun 1993
- Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutabri, T. 2012. *Konsep Sistem Informasi*. CV Andi Offset. Yogyakarta.
- Sutabri,Tata. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta : Andi Offset).online 18-april-2017.
- Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset, Yogyakarta
- Website BSI <https://webform.bankbsi.co.id/index.php> diakses pada 10 Januari 2023 jam 12.30
- Wuryanta, AG Eka Wenats. (2014). *Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1 No 2, 131 – 142
- Yoannisa Fitriani Suhayati, Azri Nur Maulina, Widwi Handari Adji *"Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah"* Politeknik Piksi Ganesha Bandung 2022, hal 1682
- Zaki Baridwan, Sartika Sari Ayu Tjini, *kemudahan penggunaan* (Yogyakarta: Erlangga, 2014)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner prariset

Nama :

Pertanyaan	YA	TIDAK
Apakah saya merasa puas saat melakukan transaksi menggunakan Webform BSI?		

Berikan Alasan :

Lampiran 2 kuesioner penelitian

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Umur : <20 tahun 21-25 tahun

26-30 tahun 31-40 tahun

>40 tahun

Petunjuk pengisian:

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Variabel Presepsi Kegunaan (X1)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Fitur yang terdapat di Webform BSI memudahkan saya dalam bertransaksi					
2.	Webform BSI berguna bagi masyarakat					

3.	Webform BSI membuat waktu bertransaksi lebih efektif					
4.	Webform BSI mampu mengembangkan kinerja pekerjaan					

Variabel Kemudahan (X2)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya mampu mengoperasikan Webform BSI dengan mudah					
2.	Webform BSI mudah dipahami untuk semua kalangan					
3.	Webform BSI fleksibel sehingga dapat diakses dimana saja					
4.	Webform BSI tidak membutuhkan banyak usaha dalam mengakses					

Variabel Pengetahuan Informasi (X3)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya mengetahui tentang karakteristik atribut produk dan jasa yang ada di BSI KCP Demak					
2.	Saya mengetahui manfaat produk dan jasa yang ada di Webform BSI					
3.	Saya mengetahui fitur layanan yang ada di Webform BSI					
4.	Saya Mengetahui informasi layanan Webform BSI dari pegawai BSI KCP Demak					

Kepuasan (Y)

No	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Saya akan melakukan transaksi ulang dan mengajak orang lain untuk menggunakan Webform BSI					

2.	Saya akan mempromosikan kepada orang lain/teman dekat/kerabat, hal saya peroleh setelah menggunakan layanan Webform BSI					
3.	Saya mengharapkan setelah adanya layanan Webform BSI akan mempermudah pekerjaan saya					
4.	Adanya layanan Webform BSI menjadikan keinginan saya terwujud					
5.	Saya akan melaukan keputusan bertransaksi pada perusahaan yang sama					

Lampiran 3 Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia
1.	Ulfi Fatimatul	Perempuasn	21-25
2.	Dwi Irianto	Laki--Laki	21-25
3.	Abror	Laki-Laki	>40
4.	Abrozun Naim	Laki-Laki	31-40
5.	Khoirul Anam	Laki-Laki	21-25
6.	Wakhidatus S	Perempuan	21-25
7.	Ilma Wilda	Perepmuan	21-25
8.	Indah Yulianti	Perempuan	31-40
9.	Siti Latifah	Perempuan	31-40
10.	Khannatul Fitriyani	Perempuan	31-40
11.	Idawati	Perempuan	26-39
12.	Dina Putri	Perempuan	<20
13.	Dwi Suryani	Perempuan	21-25
14.	Rahma Aulia	Perempuan	<20
15.	Seta Arum Murti	Perempuan	21-25
16.	Sri Salma Rahmalia	Perempuan	<20
17.	Wachidatul Fitriyah	Perempuan	21-25
18.	Tri Hartanto Budi Prabowo	Laki-Laki	26-30
19.	Edy Iswanto	Laki-Laki	>40
20.	Farida Aryani	Perempuan	26-30
21.	Asfiah	Perempuan	>40

22.	Arbaati	Perempuan	31-40
23.	Agung Raharjo	Laki-Laki	>40
24.	Puana	Perempuan	31-40
25.	M. Ridwan	Laki-Laki	31-40
26.	Abdu Chais	Laki-Laki	>40
27.	Supar	Laki-Laki	31-40
28.	santoso	Laki-Laki	31-40
29.	Popy R	Perempuan	31-40
30.	Ari Riyanto	Laki-Laki	>40
31.	Taufik R	Laki-Laki	>40
32.	Nur Hasanah	Perempuan	>40
33.	Siti	Perempuan	31-40
34.	A	Perempuan	21-25
35.	Mia	Perempuan	26-30
36.	Muhammad Ali Imran	Laki-Laki	31-40
37.	Dina Puspita Rini	Perempuan	21-25
38.	Zakiyatul Mubarakah	Perempuan	<20
39.	Fakhroer Faqih	Laki-Laki	>40
40.	Khanafi	Laki-Laki	>40
41.	Ansori	Laki-Laki	>40
42.	Dian Anjani	Perempuan	21-25
43.	Imam Karmani	Laki-Laki	>40
44.	Eko Santoso	Laki-Laki	>40
45.	Daryuni	Perempuan	>40
46.	Agus Sugiarto	Laki-laki	>40
47.	Ngadiman	Laki-Laki	>40
48.	Sukarjo	Laki-Laki	>40
49.	Imam Choirul Lakum	Laki-Laki	>40
50.	Labibatun Nafi'ah	Perempuan	26-30
51.	Iin Nurhidayati	Perempuan	>40
52.	Yuyun	Perempuan	21-25
53.	Rahma	Perempuan	21-25
54.	Rahma Kurnia Salma	Perempuan	21-25
55.	Asfa	Perempuan	21-25

56.	Dewi Rara	Perempuan	21-25
57.	Ahmad Chotibul Umam	Laki-Laki	<20
58.	Alvin Rahmat	Laki-Laki	21-25
59.	Siti Komariah	Perempuan	21-25
60.	Wakidah	Perempuan	21-25
61.	Isna	Perempuan	<20
62.	Hani Novitasari	Perempuan	21-25
63.	Muhammad Hidayatul	Laki-Laki	21-25
64.	Lailatul Magfiroh	Perempuan	21-25
65.	Ais	Perempuan	26-30
66.	Nayla	Perempuan	<20
67.	Rika Yunita Sari	Perempuan	21-25
68.	Cahaya Evakul Jannah	Perempuan	21-25
69.	Helmy Tsaqiffto	Laki-Laki	21-25
70.	Dhea	Perempuan	21-25
71.	Wardah Suukma	Perempuan	21-25
72.	Ana	Perempuan	31-40
73.	Ika Silvia	Perempuan	21-25
74.	Isrina	Perempuan	21-25
75.	Bahran Jauhar	Laki-Laki	21-25
76.	Pratama	Laki-Laki	21-25
77.	Alfi Zumrodah	Perempuan	<20
78.	Ishomuddin	Laki-Laki	31-40
79.	Salsa	Perempuan	<20
80.	Hyra	Perempuan	<20
81.	Sofiyan	Laki-Laki	31-40
82.	Baharuddin	Laki-Laki	21-25
83.	Mafatika Syifa	Perempuan	21-25
84.	Fitchiyya	Perempuan	21-25
85.	Zubaidah	Perempuan	>40
86.	Nurul Khusnawato	Perempuan	21-25
87.	Tata	Perempuan	21-25
89.	Fath Muhammad	Laki-Laki	<20
90.	Azahra Rimba Robbani	Perempuan	<20

90.	Annisa Nur	Perempuan	21-25
91.	Meira	Perempuan	21-25
92.	Icdha Syarifatul	Perempuan	21-25
93.	Aprilia Nur	Perempuan	21-25
94.	Fadhila	Perempuan	21-25
95.	Indah Mushowifah	Perempuan	30-40
96.	Nesti	Perempuan	21-25
97.	Muhammad Ulil Albab	Laki-Laki	21-25
98.	Mazidatulfitriyah	Perempuan	21-25
99.	Mafatika Syifa	Perempuan	21-25
100.	Ristanti	Perempuan	21-25

Lampiran 4 Tabulasi Data

Presepsi Kegunaan (X1)				Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	4	3	17
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
1	2	1	2	6
4	4	4	4	16
4	4	5	3	16
5	5	3	5	18
4	4	4	4	16
5	5	3	5	18
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
1	4	1	4	10
5	5	5	5	20
2	4	3	4	13

5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	4	3	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
2	4	4	4	14
1	3	3	2	9
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
2	2	2	2	8
5	4	5	4	18
2	3	2	3	10
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	4	4	5	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	4	3	16
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
5	4	4	5	18

4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	3	4	3	14
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
2	3	4	2	11
4	5	4	3	16
4	4	4	4	16
2	2	2	3	9
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	5	4	3	16
5	3	4	3	15
3	3	4	3	13
2	2	2	2	8
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	4	19
2	4	4	3	13
4	4	5	5	18

Kemudahan (X2)				Total x2
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
3	2	5	5	15
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
2	2	5	2	11
3	2	4	3	12
5	4	5	4	18

4	4	4	3	15
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
1	2	2	3	8
5	5	5	5	20
3	3	4	3	13
4	4	3	5	16
4	4	4	4	16
3	5	5	5	18
3	3	4	4	14
4	4	5	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
2	4	3	4	13
5	5	5	5	20
3	4	3	4	14
5	5	4	4	18
5	4	4	5	18
5	4	4	4	17
4	3	4	5	16
4	4	4	4	16
2	3	4	3	12
5	4	4	5	18
5	4	4	4	17
1	2	2	4	9
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
4	3	4	3	14
5	5	5	5	20
5	3	5	4	17
3	4	4	2	13
4	4	4	4	16
1	4	2	5	12
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
2	4	3	3	12
3	3	4	4	14
4	4	5	5	18
4	5	5	5	19
2	3	4	4	13
2	3	3	2	10

3	3	4	5	15
4	4	4	4	16
2	2	3	2	9
4	5	4	5	18
4	3	4	2	13
4	4	3	4	15
5	4	4	4	17
2	1	3	3	9
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
5	3	4	3	15
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
5	3	5	3	16
4	3	4	4	15
4	3	5	4	16
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	2	4	4	12
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	3	15
4	4	5	4	17
5	4	5	4	18
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
3	4	2	3	12
3	2	4	4	13
5	4	4	4	17
3	3	2	3	11
5	5	5	4	19
3	3	4	4	14
4	3	4	4	15

5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
2	2	2	2	8
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
2	3	4	3	12
4	5	4	4	17

Pengetahuan Informasi (X3)				Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
3	2	5	5	15
4	3	3	3	13
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
4	5	5	4	18
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
1	2	2	3	8
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	3	3	16
3	3	4	4	14
4	3	4	5	16
4	3	4	5	16
5	5	5	5	20
2	2	2	2	8
4	5	3	4	16
5	3	4	3	15
4	4	4	5	17
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
4	4	5	4	17
2	3	4	2	11
4	4	4	4	16

4	4	5	4	17
3	3	2	3	11
5	5	4	5	19
4	4	5	4	17
4	4	3	3	14
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
2	2	1	3	8
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
2	2	2	4	10
3	3	3	4	13
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
2	2	2	2	8
2	2	2	3	9
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	2	3	11
4	4	5	4	17
2	3	1	4	10
1	2	3	1	7
4	5	4	5	18
1	4	1	1	7
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
3	3	3	4	13
3	4	4	3	14
4	5	5	4	18
3	4	4	5	16
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
4	5	5	4	18
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
3	3	4	3	13
3	3	4	3	13
3	4	4	3	14
1	2	2	3	8

4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
3	3	4	3	13
2	3	3	3	11
5	4	4	4	17
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
2	3	3	4	12
2	5	4	4	15
2	4	4	2	12
4	3	3	3	13
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
3	4	3	3	13
3	4	4	5	16
3	4	4	3	14
2	2	2	2	8
5	5	5	3	18
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
2	2	2	3	9
5	5	4	4	18

Kepuasan (Y)					Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22
5	3	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18
3	4	5	4	4	20
4	3	4	4	4	19
5	5	4	4	4	22
3	3	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20
2	3	2	3	2	12
5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	5	24

4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	3	19
5	5	3	5	5	23
4	4	4	3	3	18
4	4	4	1	3	16
5	4	5	3	3	20
5	5	3	4	4	21
3	3	3	2	2	13
5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	5	19
4	5	4	5	4	22
4	4	3	4	3	18
5	5	5	4	4	23
4	5	3	5	4	21
5	5	4	4	4	22
3	3	4	4	5	19
5	4	4	5	4	22
4	4	5	4	5	22
4	4	4	3	3	18
5	5	5	4	4	23
5	4	5	5	5	24
3	4	4	4	3	18
5	5	4	5	4	23
5	4	4	4	3	20
3	3	4	4	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	3	19
4	4	4	3	4	19
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	2	13
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
2	2	3	2	3	12
4	5	5	4	4	22
4	2	2	2	4	14
5	1	5	1	1	13
4	5	4	4	4	21
2	2	5	2	4	15

3	3	4	4	3	17
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
3	3	4	3	4	17
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	3	5	3	4	18
4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	16
5	4	4	3	3	19
3	4	4	3	4	18
5	4	5	5	3	22
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	2	3	14
4	4	4	4	4	20
3	3	4	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	23
3	4	3	4	3	17
2	3	4	3	3	15
5	5	5	4	3	22
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	2	4	2	15
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
3	3	2	2	3	13
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
3	4	5	4	4	20
3	4	3	4	1	15
4	3	3	4	4	18
2	2	2	2	2	10
5	5	5	4	5	24
5	4	4	5	5	23
5	4	4	4	5	22
3	3	4	3	3	16
5	5	4	4	5	23

HASIL OUTPUT SPSS

Lampiran 5 hasil output SPSS Teknik Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean
Persepsi Kegunaan	100	14	6	20	1640	16.40
Kemudahan	100	12	8	20	1565	15.65
Pengetahuan Informasi	100	13	7	20	1508	15.08
Kepuasan	100	15	10	25	1942	19.42
Valid N (listwise)	100					

Lampiran 6 Hasil output SPSS Uji Validitas

Variabel Persepsi Kegunaan (X1)

Correlations

		Pertanyaan 1	Pertanyaan 2	Pertanyaan 3	Pertanyaan 4	Persepsi Kegunaan Total
Pertanyaan 1	Pearson Correlation	1	.695**	.726**	.602**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 2	Pearson Correlation	.695**	1	.696**	.686**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 3	Pearson Correlation	.726**	.696**	1	.585**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 4	Pearson Correlation	.602**	.686**	.585**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Jumlah	Pearson Correlation	.892**	.875**	.871**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Variabel Kemudahan (X2)

Correlations

					Kemudahan Total
	Pertanyaan 1	Pertanyaan 2	Pertanyaan 3	Pertanyaan 4	

Pertanyaan 1	Pearson Correlation	1	.638**	.628**	.468**	.859**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 2	Pearson Correlation	.638**	1	.475**	.607**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 3	Pearson Correlation	.628**	.475**	1	.482**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 4	Pearson Correlation	.468**	.607**	.482**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kemudahan	Pearson Correlation	.859**	.844**	.780**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Variabel Pengetahuan Informasi (X3)

Correlations						
		Pertanyaan 1	Pertanyaan 2	Pertanyaan 3	Pertanyaan 4	Pengetahuan Informasi Total
Pertanyaan 1	Pearson Correlation	1	.728**	.689**	.642**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 2	Pearson Correlation	.728**	1	.664**	.525**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 3	Pearson Correlation	.689**	.664**	1	.567**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Pertanyaan 4	Pearson Correlation	.642**	.525**	.567**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Pengetahuan Informasi Total	Pearson Correlation	.901**	.851**	.859**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Variabel Kepuasan (Y)

Correlations

		Pertanyaa n 1	Pertanyaa n 2	Pertanyaa n 3	Pertanyaa n 4	Pertanyaa n 5	Kepuasan Total
Pertanyaan 1	Pearson	1	.625**	.517**	.538**	.490**	.812**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pertanyaan 2	Pearson	.625**	1	.357**	.640**	.485**	.797**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pertanyaan 3	Pearson	.517**	.357**	1	.395**	.448**	.685**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pertanyaan 4	Pearson	.538**	.640**	.395**	1	.604**	.823**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pertanyaan 5	Pearson	.490**	.485**	.448**	.604**	1	.782**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100

Lampiran 7 Hasil output Reabilitas Data

Reliability Statistics

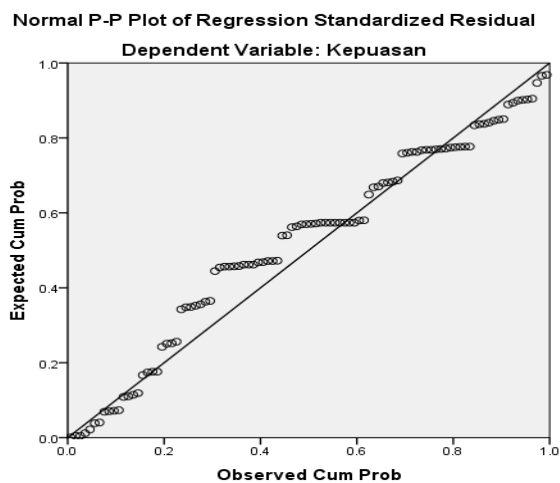
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	17

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	62.5200	111.424	.813	.941
X1.2	62.3900	118.624	.698	.944
X1.3	62.4100	116.406	.706	.944
X1.4	62.4800	118.050	.652	.945
X2.1	62.7500	113.543	.698	.944
X2.2	62.7800	116.072	.651	.945
X2.3	62.4600	116.857	.737	.943
X2.4	62.5600	118.208	.629	.945

X3.1	62.9600	111.978	.764	.942
X3.2	62.7300	113.734	.777	.942
X3.3	62.7400	112.619	.768	.942
X3.4	62.6900	116.863	.601	.946
Y1	62.5900	115.699	.736	.943
Y2	62.6200	116.682	.710	.943
Y3	62.5500	118.957	.612	.945
Y4	62.7900	115.683	.695	.944
Y5	62.7800	117.749	.605	.945

Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas P PLOTS



Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.828	1.066		3.592	.001		
	Persepsi Kegunaan	.512	.091	.452	5.638	.000	.446	2.242
	Kemudahan	-.017	.105	-.015	-.162	.871	.335	2.982
	Pengetahuan Informasi	.495	.083	.498	5.932	.000	.407	2.458

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.177	.679		.260	.795
	Persepsi Kegunaan	.041	.058	.107	.712	.478
	Kemudahan	-.007	.067	-.017	-.098	.922
	Pengetahuan Informasi	.040	.053	.117	.747	.457

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 11 Hasil Uji Persial T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.828	1.066		3.592	.001
	Persepsi Kegunaan	.512	.091	.452	5.638	.000
	Kemudahan	-.017	.105	-.015	-.162	.871
	Pengetahuan Informasi	.495	.083	.498	5.932	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 12 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	826.803	3	275.601	84.379	.000 ^b
	Residual	313.557	96	3.266		
	Total	1140.360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Informasi, Persepsi Kegunaan, Kemudahan

Lampiran 13 Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.828	1.066		3.592	.001
	Persepsi Kegunaan	.512	.091	.452	5.638	.000
	Kemudahan	-.017	.105	-.015	-.162	.871
	Pengetahuan Informasi	.495	.083	.498	5.932	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Lampiran 14 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.725	.716	1.807

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Informasi, Persepsi Kegunaan, Kemudahan

Lampiran 15 Penyebaran Kuesioner Kepada Nasabah BSI KCP Demak





Lampiran 15 Surat Penelitian BSI



PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
Kantor Cabang Pembantu
Demak Sultan Fattah
Jl. Sultan Fattah No. 37

Demak, 11 April 2023
No : 03/126-03/9177

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Perihal : **SURAT KETERANGAN PENELITIAN DI BANK SYARIAH INDONESIA
KCP DEMAK SULTAN FATTAH**

Assalammu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Berdasarkan penelitian diatas, dengan ini kami menerangkan bahwa :

Nama : Alvi Shafira Khoiri Nuriya

Nim : 1905036047

Program Pendidikan : Sarjana

Program Studi : Perbankan Syariah

Telah melaksanakan penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Demak Sultan Fattah, dengan judul **Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Bertransaksi Menggunakan Webform BSI (Studi Kasus BSI KCP Demak)** pada bulan Maret 2023. Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan angket yang berjumlah 100 kuesioner.

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalammu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PT. Bank Syariah Indonesia

KCP Demak Sultan Fattah


Parwi
Branch Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Diri

Nama : Alvi Shafira Khoiri Nuriya
Tempat, tanggal lahir : Demak, 10 Maret 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Email : alvishafirakn@gmail.com
No. Telp/HP : 089697981618
Alamat : Karang Sari Rt06 Rw03 Karangtengah Demak

B. Pendidikan

- a. MI Sultan Fatah Demak
- b. Pondok Pesantren Darussalam Gontor Putri Kampus 3
- c. MA Al-Asror Gunung Pati Kota Semarang

C. Pengalaman Organisasi

- a. Staff SeMa
- b. Anggota Biro Bahasa PMII Rayon Ekonomi
- c. Anggota Economic Language Club (ELC)
- d. Kominfo IMADE
- e. Anggota Eksternal LPM INVEST

Demikian daftar Riwayat hidup saya, yang saya buat dengan jujur dan dapat dipertanggungjawabkan. Saya mengucapkan terima kasih kepada bapak/ibu atas perhatian mereka sebelum dan setelahnya.

Semarang, 18 Maret 2023

Penulis,

Alvi Shafira K N
NIM. 1905036047