

**PENGARUH LAYANAN BERBASIS INTERNET DAN LAYANAN
MANUAL TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK
SUMUT SYARIAH KCP HM.YAMIN**

SKIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Perbankan Syariah*



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh:

SITI HADIJAH SIREGAR

NPM: 1601270037

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**PENGARUH LAYANAN BERBASIS INTERNET DAN LAYANAN
MANUAL TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK
SUMUT SYARIAH KCP HM. YAMIN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)
Program Studi Perbankan Syariah*

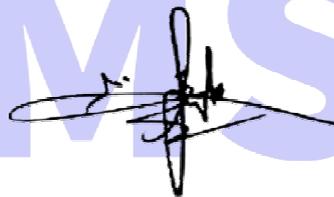
Oleh :

Siti Hadijah Siregar

NPM : 1601270037

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing



U MSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dr. Sugainto, MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah ini kupersembahkan kepada kedua orangtuaku

Ayahanda Risa Siregar

Ibunda Maulina Sari Pohan, S.Pd

Tak lekang selalu memberikan do'a kesuksesan &

Keberhasilan bagi diriku

Motto :

*Orang sukses akan mengambil keuntungan dari
kegagalan dan mencoba lagi dengan cara berbeda*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siti Hadijah Siregar
NPM : 1601270037
Jenjang Pendidikan : Strata-I
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "(Pengaruh Layanan Berbasis Interact Dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT.Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamtu)" merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 27 Juli 2020

Yang menyatakan:



METERAI
TEMPEL
Rp. 6.000
535353462
LAMPUNG

SITI HADIJAH SIREGAR

1601270037

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH LAYANAN BERBASIS INTERNET DAN LAYANAN
MANUAL TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK
SUMUT SYARIAH KCP HM.YAMIN**

Oleh:

SITI HADIJAH SIREGAR

1601270037

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memnuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 22 Juli 2020

Pembimbing



Dr. Sugianto, MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

Medan, 27 Juli 2020

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) Exsemplar
Hal : Skripsi a.n Siti Hadijah Siregar

Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di

Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Siti Hadijah Siregar** yang berjudul “**(Pengaruh Layanan Berbasis Internet Dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin)**“. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada siding Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Pembimbing



Dr. Sugianto, MA

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Siti Hadijah Siregar
NPM : 1601270037
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Layanan Berbasis Internet Dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin

Medan 27 Juli 2020

Pembimbing

Dr. Sugianto, MA

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**

Selamat Pohari, S.Ag, MA

Dekan,

Dr. Muhammad Qorib, MA

ABSTRAK

Siti Hadijah Siregar. NPM. 1601270037. Pengaruh Layanan Berbasis Internet dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin. Pembimbing Dr. Sugianto, MA.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan berbasis internet dan layanan manual secara bersama-sama terhadap tingkat loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Syariah. Masalah dalam penelitian ini adalah pengguna internet banking di tahun 2018 setiap bulannya mengalami naik turun atau ketidak stabilan. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin belum dapat memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi nasabahnya dari sisi teknologi internet. Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kasual. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis suatu hubungan dan pengaruh antara tiga variabel atau lebih. Hubungan kasual merupakan hubungan antara sebab akibat. Artinya, variasi pada X (variabel bebas) akan mempengaruhi variabel Y (variabel terkait). Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan sebuah data yang telah didapat dan diolah langsung oleh obyeknya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui sebuah wawancara dan penyebaran angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Syariah. Tidak ada pengaruh yang signifikan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Syariah. Tidak ada pengaruh yang signifikan Layanan Manual terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Syariah. Secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Syariah. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa nilai signifikan variabel Internet Banking sebesar 0,002 sedangkan nilai signifikan variabel Mobile Banking sebesar 0,019 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel internet banking lebih berpengaruh bila dibandingkan dengan variabel Mobile Banking.

Kata Kunci: Layanan Berbasis Internet, Layanan Manual, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Siti Hadijah Siregar. NPM. 1601270037. The Effect Of Internet Based Service and Manual Service on Customer Loyalty of PT. Bank Sumut Syariah. Supervisor Dr. Sugianto, MA.

The purpose of this study was to study the majority of internet-based services and service manuals together with the level of customer loyalty of PT. Bank of North Sumatra Syariah. The problem in this study is internet banking users in 2018 every month. This shows that PT. Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin has not been able to provide satisfactory service quality for that in terms of internet technology. This type of research includes casual associative research. Associative research is research conducted to analyze the relationship and influence between three or more variables. Relationship between relationships. That is, variations on X (the independent variable) will affect the Y variable (the related variable). This research uses perimer data that is data obtained and processed directly by the object. Primary data in this study were obtained through interviews and questionnaires. The results showed there were significant differences in Internet Banking on Customer Loyalty at the Syariah Bank of North Sumatra. There is no significant influence of Mobile Banking on Customer Loyalty at the Bank of North Sumatra. There is no significant effect of the Service Manual on Customer Loyalty at Bank Sumatera Utara. Simultaneously there is a significant influence between Internet Banking and Mobile Banking on Customer Loyalty at Bank Sumatera Utara. From the research results, it was found that the significant variable of Internet Banking is 0.002 while the significant value of the Mobile Banking variable is 0.019, so it can be concluded that the internal banking variable is more appropriate when compared to the Mobile Banking variable.

Keywords: Internet Based Service, Manual Service, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum. Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan ridho-Nya penulis menyelesaikan Proposal ini. Shalawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia kejalan yang di ridhoi Allah SWT. Proposal ini disusun untuk memenuhi persyaratan meraih gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah dengan judul **“Pengaruh Layanan Berbasis Internet dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin”**.

Penulis menyadari bahwa isi kandungan dalam Proposal ini masih jauh dari kesempurnaan tetapi penulis sudah berusaha untuk mendekati kesempurnaan dalam penyusunan dan penulisan. Namun berkat rahmat dari Allah SWT serta bantuan dan partisipasi dari pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan meskipun banyak kekurangan, maka penulis dengan senang hati menerima kritikan, serta saran dan motivasi yang bersifat membangun.

Selama penyusunan Proposal ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, serta doa yang tak pernah henti-hentinya dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda tercinta Bapak Risa Siregar dan Ibunda Maulina Sari Pohan yang telah memberikan segala kasih sayangnnya kepada penulis, berupa besarnya perhatian, pengorbanan, bimbingan serta doa yang tulus, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan permbuatan proposal ini.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Riyan Pradesyah, S.E.Sy, M.EI selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakulatas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Sugianto, MA selaku dosen pembimbing proposal yang telah banyak memberi dukungan, waktu, pemikiran dan pengarahan kepada penulis selama proses perkuliahan.

7. Kepada seluruh dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah banyak memberi ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan.
8. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan angkatan 2016 Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah kelas A-pagi.

Demikian penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Proposal ini, semoga Proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. *Amin Ya Rabbal' alamin*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, Juli 2020

Penulis

Siti Hadijah Siregar

1601270037

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Penelitian	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
G. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
Deskripsi Teori	8
Hasil Penelitian Terdahulu	17
Kerangka Pemikiran	21
Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	24
D. Variabel Penelitian	25
E. Defenisi Operasional Variabel	26
F. Teknik Pengumpulan Data	28
G. Instrumen Penelitian	29
H. Teknik Analisis Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	34
B. Temuan Penelitian	41
C. Pembahasan	55

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	60
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	24
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	26
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert	29
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Skala Pengukuran Likert.....	43
Tabel 4.4 Skor Angket untuk Variabel Internet Banking (X_1).....	44
Tabel 4.5 Skor Angket untuk Variabel Mobile Banking (X_2).....	45
Tabel 4.6 Skor Angket untuk Variabel Layanan Manual (X_3).....	46
Tabel 4.7 Uji Validitas X_1	47
Tabel 4.8 Uji Validitas X_2	47
Tabel 4.9 Uji Validitas X_3	48
Tabel 4.10 Uji Validitas Y	48
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas X_1 , X_2 , X_3 , dan Y	49
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.13 Uji t	52
Tabel 4.14 Uji F	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir	21
Gambar 4.1 Grafik Normalitas Data	49
Gambar 4.2 Pengujian Heteroskedasitas	51

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹

Bank dapat didefinisikan sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasad sebagai lembaga intermediasi keuangan, bank memiliki fungsi utama. Sesuai dengan tugasnya, fungsi utama bank dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) fungsi pokok². *Pertama*, Menerima dana dari nasabah (*funding*). Bank menghimpun dana dari nasabah dalam bentuk tabungan, deposito berjangka, giro dan bentuk simpanan lainnya. Dengan menggunakan prinsip wadia'ah dan mudharabah sebagai prinsip operasional Islam yang diterapkan dalam menghimpun dana dari nasabah. Dengan dilakukannya penghimpunan dana ini, bank menjamin keamanan dana yang diserahkan oleh nasabah.

Kedua, menyalurkan dana kepada nasabah untuk mengembangkan usaha bank (*financing*). Dana yang telah dihimpun dari nasabah nantinya akan disalurkan kembali kepada nasabah lainnya dengan sistem bagi hasil. Pembiayaan dilakukan dengan menggunakan prinsip jual beli dengan marjin (*murabahah*), jual beli dilakukan dengan pembayaran dimuka (*ba'i as-salam*), sewa/ijarah, kerja sama dalam satu usaha (*musyarakah*), serta jual beli dengan pesanan (*ba'i istisna*). *Ketiga*, Memberikan pelayanan jasa seperti jasa tarik tunai, jasa transfer, jasa pemindah bukuan, dan jasa-jasa perbankan lainnya. Dengan menggunakan prinsip pengambilan utang piutang (*al-hawalah*), penjaminan (*al-kafalah*), gadai (*ar-rahn*), perwakilan (*wakalah*), dan pinjaman tanpa imbalan (*al-qard*).

¹Lihat Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan

²M. Nuri Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah: suatu kajian teoritis praktis*, Cet. 1 (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h. 133

Bank syariah harus memiliki kemampuan dalam menghimpun dana pihak ketiga. sumber Dana Pihak Ketiga (DPK) dihimpun dari masyarakat luas yang diandalkan oleh bank untuk aktivitas operasional bank dan merupakan tolak ukur keberhasilan suatu bank. Jika DPK meningkat maka bank memiliki peluang dan kesempatan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.³

Faktor utama yang harus diperhatikan adalah kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut. Kepercayaan nasabah terhadap bank tercipta apabila bank selalu memperhatikan kepuasan nasabah dari segi kualitas pelayanan. Pelayanan yang tidak memuaskan terhadap nasabah maka akan mengakibatkan beralihnya nasabah pada bank lain, dan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan pihak bank memuaskan nasabah akan membuat nasabah menjadi loyal pada bank tersebut. Selain itu bank juga harus rajin dalam memberikan informasi mengenai produk terbaru.⁴

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas jasa. Dapat dilihat dari keunggulan suatu produk jasa seperti tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperhatikan oleh jasa tersebut, apakah telah sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah, dan dapat pula dilihat dari segi keadilan bagi hasil yang berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kunci utama untuk dapat mempertahankan nasabah adalah dengan terbentuknya loyalitas nasabah, yang merupakan kunci utama untuk mempertahankan hidup sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka diperlukan pengukuran dan identifikasi pengaruh dari reputasi merek, kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, keadilan bagi hasil, lokasi strategis serta memiliki komitmen dan kepercayaan.

Segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh bank syariah untuk memenuhi harapan nasabah demi menunjang tingkat kualitas layanan maka dibutuhkannya lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para nasabah dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah: bukti fisik yang meliputi fasilitas fisik (gedung, teknologi, serta penampilan karyawan), keandalan, daya tanggap, jaminan yang diberikan bank untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah terhadap bank dan empaty yang merupakan perhatian tulus dan bersifat pribadi dengan upaya untuk memahami keinginan nasabah.

³Selamat Pohan, "Peranan Penggunaan Agama Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan", *Jurnal Intiqad*, Vol.8, No.2 Desember 2016: 102-119

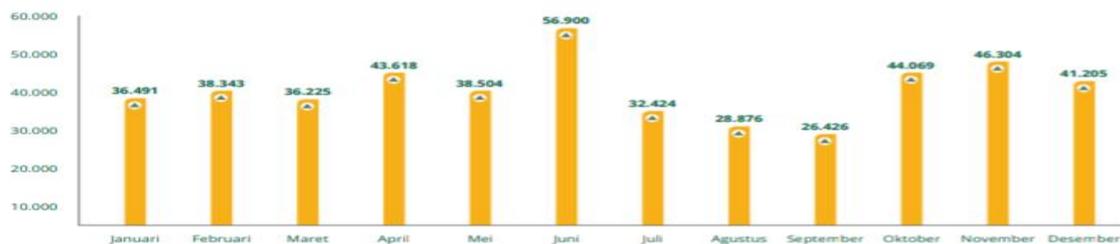
⁴Kartika Sari dan Budi Prijanto. "Pengaruh Tingkat Loyalitas Nasabah Pada Dana Pihak Ketiga Industri Perbankan di Indonesia". (Depok: Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma, 2010), h. 5

Kepuasan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan dari suatu lembaga. Dalam perbankan, nasabah dikatakan puas apabila mereka terus – menerus menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank secara terus menerus dan berulang – ulang, dan tidak meninggalkan perbankan tersebut ataupun beralih ke perbankan lain. Banyak manfaat timbal balik yang diterima oleh pihak perbankan apabila nasabahnya merasa puas dan loyal dengan seluruh layanan yang diberikan. Salah satu dari berbagai manfaat tersebut yaitu secara tidak langsung nasabah tersebut membantu lembaga dalam mempromosikan perbankan yang bersangkutan.

Bank Sumut Syariah telah melakukan upaya untuk mencapai kepuasan nasabah dengan memaksimalkan penggunaan sarana layanan yang berbasis internet seperti *internet banking*, dan *mobile banking*. Hal tersebut dilakukan oleh pihak Bank Sumut Syariah untuk memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin maju pada zaman sekarang ini khususnya pada pengguna internet yang telah digunakan oleh masyarakat luas.

Perkembangan teknologi saat sekarang ini semakin mengalami peningkatan. Dan salah satu perkembangan teknologi yang banyak diminati oleh masyarakat dunia adalah internet, karena internet banyak dimanfaatkan dalam berbagai aspek diantaranya oleh kalangan pendidikan, pemerintahan dan terutama dalam dunia perbankan. Layanan berbasis internet seperti *internet banking*, dan *mobile banking* merupakan sebuah terobosan yang menarik karena dapat diakses 24 jam dan transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja, selama nasabah yang mengakses layanan terhubung ke internet. Berikut merupakan data pengguna internet banking di Bank Sumut Syariah berdasarkan data bersumber dari annual report 2018 laporan manajemen bank sumut syariah.

1. IVR Phone Banking



Grafik 1.1 Annual Report Bank Sumut Syariah

Berdasarkan diagram diatas, pengguna internet banking di tahun 2018 setiap bulannya mengalami naik turun atau ketidak stabilan. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Sumut Syariah belum dapat memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan bagi nasabahnya dari sisi teknologi internet. Mengingat perkembangan akan pemakaian berbasis internet dan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah mengalami peningkatan, dan mengingat banyak nya pesaing dalam dunia perbankan yang berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas layanannya terutama dalam layanan berbasis teknologi internet.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penelitian tentang pengaruh layanan berbasis internet dan layanan manual terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Syariah menarik untuk dilakukan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Fasilitas layanan berbasis internet mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.
2. Layanan manual melalui front office mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.
3. Loyalitas nasabah mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

C. Pembatasan Penelitian

Agar sasaran pembahasan disini dapat tercapai, maka objek-objek penelitian perlu dibatasi. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel bebas penelitian ini adalah layanan Internet Banking, layanan Mobile Banking, dan layanan manual. Sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.
2. Responden merupakan pengguna atau pernah menggunakan layanan berbasis internet meliputi Internet Banking & Mobile Banking, dan layanan manual melalui front office pada Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah layanan berbasis internet berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin?

2. Apakah layanan manual melalui front office berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin?
3. Apakah layanan berbasis internet dan layanan manual berpengaruh secara simultan terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan berbasis internet terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan manual terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh layanan berbasis internet dan layanan manual secara bersama-sama terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai layanan berbasis internet dan layanan manual terhadap tingkat loyalitas nasabah.
 - b. Mengetahui relevansi antara teori yang diperoleh dibangku kuliah dengan praktek yang sebenarnya didunia kerja.
2. Bagi akademis
 - a. Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wacana keilmuan dibidang layanan berbasis internet dan layanan manual terhadap loyalitas nasabah
3. Bagi pihak bank
 - a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk memberikan layanan berbasis internet dan manual dengan maksimal terhadap loyalitas nasabah.

G. Sistematika Penulisan

Adapun teknik penulisan ini mengacu pada “Pedoman Penulisan Skripsi” yang diterbitkan oleh Fakultas Agama Islam Muhammadiyah Medan Sumatera Utara Tahun 2020.

Agar lebih tersusun dan terarah, penulis penelitian ini ke dalam 5 (lima) BAB dengan sub judul masing-masing sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuatkan, latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumus masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini memaparkan teori-teori dari hasil Penelitian terdahulu yang relevan meliputi kajian pustaka dan kajian penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dipaparkan tentang rencana penelitian, lokasi dan waktu penelitian, tahapan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pemeriksaan keabsahan temuan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari Deskripsi Penelitian, temuan penelitian dan juga pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bab terakhir dimana penulis menunjukkan keberhasilan dari penelitian dengan layanan berbasis internet dan layanan manual terhadap tingkat loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

BAB II

LANDASAN TEORITIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Deskripsi Teori

1. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas atau kesetiaan dapat didefinisikan sebagai suatu kesetiaan dan komitmen yang dipegang kuat untuk berlangganan terhadap produk atau jasa yang disukai dan menggunakan produk atau jasa dalam jangka waktu yang panjang. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya unsur paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri. Jika produk atau jasa telah menjadi bagian dari diri nasabah yang tidak terpisahkan, maka diharapkan presentase perpindahan nasabah dan kehilangan nasabah dapat diperkecil.⁵

Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut merupakan keadaan dimana nasabah tidak akan berpindah walaupun produk atau jasa tersebut sedang langka dipasaran dan nasabah dengan sukarela mau merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada keluarga, rekan kerja, atau masyarakat lainnya.

Menurut Griffin, karakteristik nasabah yang loyal antara lain sebagai berikut:⁶

- 1) Nasabah melakukan pembelian secara berulang-ulang
- 2) Membeli diluar lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank
- 3) Menolak produk atau jasa dari perbankan lain
- 4) Kebal terhadap daya tarik pesaing
- 5) Menarik pelanggan baru untuk perusahaan
- 6) Kelemahan dan kekurangan akan diberitahukan kepada perusahaan

Konseptual dari tingkat pengukuran loyalitas nasabah dapat dilihat dari suatu reaksi yang telah dilakukan oleh nasabah setelah adanya evaluasi terhadap pelayanan. Dimensi yang biasanya digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas nasabah diantaranya ialah intensi pembelian kembali terhadap produk atau jasa, kemampuan membayar dan tetap loyal pada saat harga sebelumnya naik.

⁵Ahmad Nurul Huda, dan Sri Wahyuni, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta, (ABFII Perbanas Jakarta: Business & Management Review, 2012), hal 244

⁶Jill Griffin, *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*(New York: Simon and Chuster, Inc., 1996), hal.11

Berdasarkan dimensi loyalitas konsumen yaitu timbulnya sebuah komunikasi dari mulut ke mulut, intensi pembelian, sensitivitas harga dan perilaku keluhan.⁷

b. Jenis-jenis Loyalitas Konsumen

Menurut Jill Griffin terdapat 4 (empat) jenis loyalitas nasabah diantaranya sebagai berikut⁸:

1) Tanpa Loyalitas

Beberapa konsumen tidak mengembangkan loyalitas terhadap suatu produk maupun jasa tertentu. Tanpa adanya loyalitas ditandai dengan minat yang rendah dengan tingkat pembelian yang rendah pula. Secara umum, perusahaan harus menghindari kelompok nasabah tidak loyal ini untuk dijadikan sebagai target pasar, karena mereka tidak akan menjadi konsumen yang setia.

2) Loyalitas yang lemah

Ditandai dengan keterikatan yang rendah di *mix* dengan pembelian ulang yang tinggi maka akan menghasilkan loyalitas yang lemah. Biasanya konsumen dengan karakter seperti ini membeli karena kebiasaan. Pembelian dengan loyalitas yang lemah rentan beralih terhadap produk pesaing yang lebih unggul dalam menunjukkan manfaat yang lebih jelas. Meskipun demikian, perusahaan masih memiliki peluang untuk mengubah jenis loyalitas yang lemah kedalam bentuk loyalitas yang lebih tinggi melalui pendekatan yang aktif terhadap nasabah.

3) Loyalitas tersembunyi

Loyalitas tersembunyi merupakan sebuah keterikatan yang cukup relatif tinggi disertai dengan tingkat pembelian ulang yang rendah. Bila konsumen memiliki loyalitas tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh dari sikap yang menentukan pembelian secara berulang.

4) Loyalitas premium

Loyalitas premium merupakan jenis loyalitas yang dapat ditingkatkan, ini terjadi apabila ada keterikatan yang tinggi dengan tingkat pembelian ulang yang tinggi pula.

c. Karakteristik Loyalitas Konsumen

⁷V.A Zeithaml, L.L Berry, and Parasuraman, A, *The Behavioral Consequences of Service Quality*, Journal of Marketing, Vol. 60, pp, 1996, h. 31 – 46

⁸Griffin, Jill, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, (Erlangga, Jakarta, 2005), hal 22

1) Melakukan pembelian secara teratur

Nasabah yang telah melakukan pembelian maupun penggunaan produk atau jasa secara terus menerus.

2) Membeli diluar lini produk atau jasa

Nasabah tidak hanya membeli produk jasa utama saja tetapi nasabah juga membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan dan sesuai kebutuhan nasabah dari perusahaan yang sama. Hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat nasabah tidak terpengaruh dengan produk pesaing.

3) Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain

Dimana nasabah melakukan komunikasi dari mulut ke mulut untuk dapat merekomendasikan produk atau jasa yang telah digunakan dengan keluarga atau rekan kerja. Dengan begitu, secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran bagi perusahaan dan membawa calon nasabah baru bagi perusahaan.

4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa yang sejenis dari pesaing. Maksudnya, Nasabah tidak mudah terpengaruh dan akan menolak untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh pesaing.

d. Faktor – Faktor Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:⁹

1) Reputasi Merek atau Citra

Reputasi merek (*Brand Reputation*) berkenana dengan opini dari orang lain bahwa merek itu baik dan dapat diandalkan (*reliable*). Reputasi merek dapat dikembangkan bukan saja melalui *advertising* dan *relation*, tetapi bisa juga dipengaruhi oleh kinerja dan kualitas produk itu sendiri. Nasabah akan mempersepsikan bahwa sebuah merek dapat memenuhi harapan mereka, maka reputasi merek atau citra yang baik dapat memperkuat kepercayaan pelanggan.

2) Kepuasan Nasabah

⁹Mulia NasutionFatimah, , dan Ucy Prima Naslin, “ *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug*”, Jurnal Ekonomi & Bisnis, Vol. 15, No. 1, 2016, h. 6-8

Menurut Kotler¹⁰, “kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan”. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Setiap nasabah yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan cenderung untuk membeli produk dan ingin menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi nasabah dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

3) Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan adalah sebuah kata yang dibagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas pelayanan menjadi sangat penting karena akan berdampak secara langsung pada citra perusahaan. Dari kualitas pelayanan yang baik maka akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata nasabah, maka nasabah akan memberikan *feedback* yang baik, serta akan menjadi pelanggan setia. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan nasabah terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Adapun jenis – jenis pelayanan yang dapat diberikan seperti kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramah-tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan secara langsung yang diberikan kepada nasabah.

4) Keadilan Bagi Hasil

Didalam suatu usaha diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam sistem perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya sebuah kontrak kerja sama (akad). Besarnya penentuan porsi dalam bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya kerelaan dari masing – masing pihak tanpa adanya unsur paksaan.

¹⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2007), h.177, sebagaimana dikutip oleh Fatimah, Mulia Nasution, dan Ucy Prima Naslin, “ *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug*”, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 15, No. 1, 2016, h. 6-8

5) Lokasi Strategis

Lokasi yang strategis dapat memudahkan setiap nasabah untuk menjangkau tempat usaha tersebut. Dengan mudahnya seorang nasabah dalam menjangkau tempat dan lokasi yang diinginkan akan mempengaruhi daya beli yang kemudian akan mempengaruhi kepuasan dari nasabah dalam memenuhi kebutuhan setiap nasabah. Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan lokasi suatu bank adalah dekat dengan kawasan industri, dekat dengan perkantoran, dekat dengan pasar, dekat dengan perumahan masyarakat, dan harus lebih mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di sekitar lokasi.

6) Komitmen dan Kepercayaan

Komitmen adalah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan keterbukaan jangka panjang. Hal ini juga dilihat dalam penelitian Pritchard yang mengungkapkan bahwa konsekuensi dari adanya komitmen adalah sebuah loyalitas. Sedangkan kepercayaan adalah keyakinan bahwa seorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang dalam bertindak tertentu karena keyakinannya dalam memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa sebuah kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

2. Kualitas Layanan

a. Defenisi pelayanan

Pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara nasabah dengan karyawan atau suatu usaha untuk membantu mengurus apa yang dibutuhkan nasabah baik berupa barang maupun jasa yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan sebagai pemecah masalah nasabah dan sebagai pemenuhan kebutuhan nasabah.¹¹

Bagi dunia perbankan pemberian pelayanan terbaik merupakan bagian paling terpenting bagi perusahaan, dikarenakan posisi pelayanan menjadi faktor pendukung terhadap aktivitas dalam pemasaran jasa bank. Pelayanan yang baik

¹¹ Atik, dan Ratminto, *Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal. 52

adalah yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan memiliki etika baik sehingga memenuhi kebutuhan serta kepuasan bagi nasabah.

b. Dimensi Kualitas Layanan

Berdasarkan penelitian-penelitian yang dilakukan Tjiptono merangkum dari 10 dimensi kualitas layanan menjadi 5 dimensi pokok, kelima dimensi tersebut adalah:¹²

- 1) Bukti fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak masyarakat. Kemampuan pegawai dalam menguasai produk serta keluhan yang dihadapi nasabah, penampilan pegawainya dan sarana fisik seperti gedung, lokasi yang strategis, dan teknologi merupakan suatu bukti nyata dari pelayanan yang dilakukan oleh pemberi jasa.
- 2) Keandalan (*Reability*), merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kemampuan pegawai bank harus sesuai dengan harapan nasabah, memiliki kinerja yang tepat waktu, pelayanan diberikan dengan baik tanpa adanya kesalahan yang merugikan kedua belah pihak, memiliki sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*), merupakan niat dari hati untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah. Tidak membiarkan nasabah menunggu terlalu lama tanpa alasan yang jelas, karena dapat menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa bank tersebut.
- 4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*), merupakan pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perbankan untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah terhadap perusahaan tersebut. Dimana terdiri dari beberapa komponen: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) *Empaty*, merupakan perhatian yang tulus dan bersifat individual maupun pribadi terhadap nasabah dengan berupaya memahami kebutuhan nasabah, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengetahuan tentang keluhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu perngoperasian yang membuat nasabah merasa nyaman.

¹²Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa, Edisi Kedua (Yogyakarta, Andy, 2000), hal. 67-70

c. Karakteristik Pelayanan Yang Baik

Karakteristik memiliki 4 (empat) karakteristik utama, diantaranya¹³:

- 1) Tidak dapat berwujud (*Intangibility*). Pelayanan yang tidak dapat dilihat dengan kasat mata, tidak bisa diraba, dilihat, didengar atau dicium sebelum terjadinya transaksi pembelian. Contoh rill adalah sebuah jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
- 2) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*). Pelayanan ini biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga terjadi hubungan antara penerima dan pemberi dan mengakibatkan pelayanan menjadi hal terpenting dalam melakukan pemasaran. Contoh rill adalah produk perbankan
- 3) Berubah – ubah (*Variability*). Pelayanan bisa berubah-ubah atau dilakukan secara tidak konsisten tergantung dari siapa pemberi jasa, kapan dan dimana pelayanan dilakukan. Contoh rill berupa varian produk
- 4) Daya tahan (*Perishability*). Merupakan pelayanan yang tidak dapat disimpan sebagai bekal persediaan yang siap untuk dijual maupun di konsumsi oleh nasabah pada saat diperlukan, karena hal tersebut merupakan pelayanan tidak tahan lama.

3. Layanan Berbasis Internet

a. Internet Banking

Internet banking merupakan salah satu bagian dari produk jasa yang ditawarkan oleh perbankan di Indonesia. Pada saat ini penggunaan dari *internet banking* bagi nasabah telah meluas karena mampu memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran dalam proses-proses transaksi. Secara umum, dalam penyediaan layanan *internet banking*, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via internet dengan menggunakan komputer/PC atau PDA (*Personal Digital Assistant*) yang memberikan akses kepada setiap nasabah untuk melakukan transaksi dan mengupdate data pribadi secara mandiri.

Fitur layanan *internet banking* yang dapat dilakukan oleh nasabah secara mandiri melalui layanan ini, antara lain: a) Pembayaran tagihan PLN, b) Pembayaran premi asuransi takaful, c) Pembayaran tiket Garuda, d) Pembayaran akademik, e) Pembayaran SPO (Sistem Pembayaran Offline), f) Pembayaran

¹³Raihan Daulay, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan*, Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Vol.12 No.1, 2012, h.4-5

tagihan indosat postpaid, g) Isi ulang Prabayar, h) Transfer antar rekening BSM, i) Transfer antar bank via jaringan ATM bersama, j) Transfer antar bank via jaringan Prima, k) Transfer antar bank via SKN, l) Transfre RTGS, m) Tranfer tunai via PT. POS, n) Informasi saldo tabungan, o) Informasi mutasi rekening tabungan, p) Informasi rekening deposito, q) Informasi rekening pembiayaan, r) Perubahan PIN/PIN otoritas, dan masih banyak fitur layanan *internet banking* lainnya.¹⁴

Menurut Clarke, dimensi *E-banking* atau yang sering dikenal dengan istilah *internet banking* memiliki tiga dimensi, yaitu sebagai berikut:¹⁵

- 1) Kemudahan (*Easy of use*), kemudahan dalam menggunakan merupakan suatu salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi nasabah. Pada saat nasabah melakukan transaksi menggunakan *internet banking*, biasanya nasabah akan mengalami kesulitan dikarenakan faktor keamanan dan ketidak tahuan nasabah dalam bertransaksi yang cenderung mengurungkan niatnya untuk melakukannya. Disisi lain ada juga beberapa dari nasabah yang berinisiatif untuk terus mencoba karena mereka telah mendapatkan informasi dan pengetahuan tentang cara bertransaksi menggunakan *internet banking*.
- 2) Kepercayaan (*Trust*), merupakan hal utama yang harus dipertimbangkan oleh nasabah ketika menggunakan *internet banking*, karena dilihat dari segi keamanan apakah nasabah dapat percaya terhadap kegiatan transaksi yang menggunakan layanan berbasis internet. Maka dari itu perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin menyediakan layanan berbasis internet dengan tingkat keamanan yang tinggi agar nasabah tetap loyal.
- 3) Kualitas informasi (*Information quality*), segala bentuk informasi yang ada di dalam *internet banking* harus memenuhi kebutuhan nasabah sehingga nasabah merasa puas. Hal ini dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi yang mudah dipahami.

b. Mobile Banking.

Nasabah perbankan saat ini semakin membutuhkan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan di perbankan. *Mobile Banking* secara umum merupakan sebuah saluran distribusi Bank untuk dapat mengakses rekening yang

¹⁴<http://www.bsmnet.syariahamandiri.co.id> diakses tanggal 21 Februari 2020 pukul 17.44 wib

¹⁵SteveClarke, *E-Banking Management: Issue, Sollution and Strategies*, Terjemahan Oleh Mahmood Shah.(Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009),h.88

dimiliki oleh nasabah melalui sebuah teknologi penyampaian data dengan menggunakan sarana telepon seluler (ponsel). Teknologi yang digunakan ini lebih maju dibandingkan dengan teknologi menggunakan via SMS, dimana data yang dapat diakses bisa berupa aplikasi.

Ramadhan dan Herianingrum dalam penelitiannya, menyatakan bahwa *Mobile Banking* sebagai layanan jasa perbankan yang menggunakan teknologi informasi berbasis internet. *Mobile Banking* atau biasa di sebut dengan *m-banking* merupakan suatu layanan yang disediakan pihak bank kepada nasabah pengguna untuk mendukung kemudahan dan kelancaran dalam melakukan kegiatan perbankan.¹⁶

Cara kerja *M-banking* tidaklah jauh beda dengan pengiriman SMS biasa yang sering dilakukan. Nasabah yang mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak bank dengan isi pesan berupa kode tertentu. Selain itu, setiap kali mengirimkan pesan ikut serta didalamnya adalah PIN untuk dapat mengakses layanan *M-banking*. Apabila kode PIN yang sudah dimasukkan benar maka permintaan untuk melakukan transaksi akan diterima. Sebaliknya, jika salah satu isi pesan, baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak.¹⁷

Kemudahan yang ditawarkan oleh M-banking adalah kemudahan dalam melakukan transaksi, mulai dari melakukan isi ulang pulsa, transfer sesama bank maupun bank lain, dan transaksi lainnya. Disisi lain dari kemudahan menggunakan layanan *M-banking* juga terdapat beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan pada *M-banking* ialah adanya hacker yang dikhawatirkan mendapatkan informasi *account* atau debit dan informasi kartu kredit dari nasabah pengguna. Selain kelemahan diatas masih ada terdapat beberapa kelemahan dalam pelayanan *M-banking* lain, diantaranya¹⁸:

- 1) Kesalahan pengiriman ke nomor lain.
- 2) Pengiriman pemberitahuan transaksi terlambat yang diterima oleh nasabah
- 3) Tidak diterimanya pemberitahuan dari pihak bank, walaupun nasabah sudah melakukan transaksi

¹⁶ Reza Ramadhan dan Sri Herianingrum, "Persepsi Kemudaha, Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya)", Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 4, No. 6, 2017, h. 478-479

¹⁷ Vyctoria, Bongkar Rahasia E-Banking Security degan teknik Hacking dan Carding, (Yogyakarta; ANDI, 2013), hal. 101-102

¹⁸ Ibid., hal 105

- 4) Sampai saat ini pengiriman SMS yang masih sering tertunda atau dikenal dengan istilah pending, sehingga transaksi yang seharusnya one time tidak lagi one time.

4. Layanan Berbasis Manual

Layanan Berbasis Manual adalah serangkaian kerja pelayanan secara langsung dan bertatap muka dengan nasabah yang dilakukan oleh Teller yang merupakan karyawan dalam perbankan yang bertanggung jawab dalam lalu lintas uang tunai, dan proses kerjanya diselesaikan sendiri oleh teller yang dapat bertindak secara langsung untuk melakukan transaksi tanpa melalui prosedur kerja yang biasanya ditempuh dalam sistem kasir.

Dalam pelaksanaannya, sistem yang digunakan teller ditunjang dengan menggunakan sistem manual dan dibantu menggunakan sistem komputer, yang menyebabkan pekerjaan teller semakin cepat dikarenakan beberapa informasi dapat disajikan oleh teknologi komputer, sehingga beberapa jenis dari pekerjaan dapat dilakukan dalam waktu yang cukup singkat. Teller memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menerima simpanan, mencairkan cek, dan memberikan jasa pelayanan perbankan lainnya kepada nasabah.

B. Hasil Penelitian Terdahu

Penelitian tentang loyalitas nasabah telah banyak dilakukan, di antaranya Mariatul Adila tahun 2017¹⁹, Siti Nurhalimah tahun 2018²⁰, Wina Sari Lestari tahun 2016²¹, Muhammad Zaky dan Ervita Putri Azzahroh tahun 2017²², dan Tetty Yuliaty tahun 2014²³. Secara ringkas penelitian-penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1.

¹⁹Mariatul Adila, *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*.(Jakarta,UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Jurusan Perbankan Syariah, 2017),. h, 115.

²⁰Siti Nur Halimah, *Pegaruh Internet Banking dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Tingkat Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. (Surakarta,Institut Agama Islam Negeri Salatiga Jurusan Perbankan Syariah, 2018),. h, 96

²¹Wina Sri Lestari,*Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat, TBK KCP SM. Raja Medan*. (Medan,Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Jurusan Perbankan Syariah, 2016),. h,61

²²Muhammad Zaky dan Ervita Putri Azzahroh, “*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, 2017, hal. 10-11

²³Tetty Yuliaty, “*Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Mdan Aksara*”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 14, No, 02, 2014 ISSN 1693-7619, hal. 5-6.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mariatul Adila	Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif.	Layanan <i>Mobile Banking</i> (<i>Reliability, Assurance, Empathy, Tangible, Responsiveness, dan Efficiency</i>) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan oleh variabel <i>Assurance</i> dan <i>Tangible</i> tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kepuasan nasabah. Pengujian substruktur I dan II hasil pengujian secara persial, diketahui pengaruh langsung dan tidak langsung, variabel <i>Reliability, Empathy, dan Responsiveness</i> berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah
2	Siti Nurhalimah	Pengaruh <i>Internet Banking</i> dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Tingkat Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, kemudian dianalisis dengan menggunakan SPSS 20 untuk membuktikan	<i>Internet Banking</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.. Kepuasan nasabah

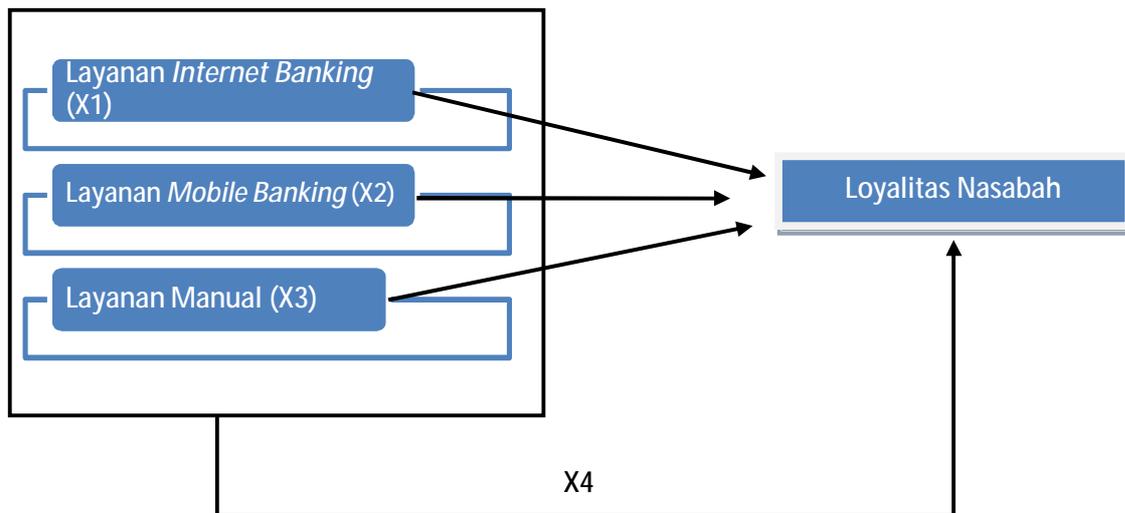
			adanya hubungan antara variabel-variabel penelitian.	berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. <i>Internet Banking</i> yang dipengaruhi oleh loyalitas nasabah ada mediasi terhadap kepuasan nasabah
3	Wina Sri Lestari	Penggunaan Fasilitas <i>E-Banking</i> Dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat, TBK KCP SM. Raja Medan	Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian lapangan (<i>field research</i>), dan menggunakan pendekatan kualitatif.	<i>Internet Banking</i> Muamalat merupakan layanan perbankan elektronik untuk melakukan transaksi secara pribadi. Sedangkan <i>Mobile Banking</i> Muamalat digunakan untuk melakukan transaksi financial dan non financial aplikasi melalui <i>Smartphone</i> . Masih banyak nasabah yang belum mengerti dalam penggunaan teknologi yang menyebabkan para nasabah masih saja memilih bertransaksi dengan cara langsung mendatangi kantor cabang.
4	Muhammad Zaky dan Ervita Putri Azzahroh	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervenig	Penelitian ini menggunakan data kuantitatif	Hasil pengujian model struktural menunjukkan Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hipotesis kedua menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif

				terhadap loyalitas nasabah, terakhir kepuasan nasabah memediasi pengaruh positif kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.
5	Tetty Yualiaty	Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Brand Equality Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Medan Aksara	Menggunakan metode Persamaan regresi, koefisien dterminasi, uji F, dan uji T	Kualitas layanan <i>internet banking</i> tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah, <i>brand equity</i> , berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara signifikan. Sedangkan variabel <i>internet banking</i> dan variabel <i>brand equity</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Adapun perbedaan antara penelitian saya dengan penelitian terdahulu yaitu, saya meneliti pengaruh layanan berbasis internet dan layanan manual terhadap loyalitas nasabah, saya menambahkan pengaruh layanan manual dalam penelitian ini, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti pelayanan berbasis internet yang berupa *internet banking* dan *mobile banking*.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan beberapa variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin, maka kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.5
Kerangka Berfikir

Dari kerangka berfikir diatas dapat dilihat bahwa variabel (X1) Layanan *Internet Banking*, (X2) Layanan *Mobile Banking*, dan (X3) Layanan Manual memiliki keterkaitan secara persial dengan variabel (Y) Loyalitas Nasabah, serta variabel (X4) Layanan *Internet Banking*, Layanan *Mobile Banking*, dan Layanan Manual memiliki keterkaitan dengan variabel (Y) Loyalitas Nasabah.

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan kesimpulan sementara hubungan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebelum dilakukannya penelitian dan harus dibuktikan melalui penelitian.

1. Pengaruh layanan berbasis internet terhadap loyalitas nasabah

H₀: Tidak terdapat pengaruh posotif dan signifikan layanan berbasis internet terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

H_a: Ada pengaruh posotif dan signifikan layanan berbasis internet terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin..

2. Pengaruh layanan manual terhadap loyalitas nasabah

H₀: Tidak terdapat pengaruh posotif dan signifikan layanan manual terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

H_a: Ada pengaruh posotif dan signifikan layanan manual terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

3. Pengaruh layanan berbasis internet dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara layanan berbasis internet dan Layanan Manual secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

H_a : Ada pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama antara layanan berbasis internet yang dan layanan manual secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau jalan yang ditempuh sehubungan dengan penelitian yang dilakukan menyangkut dengan upaya ilmiah dihubungkan dengan cara kerja yang fokus memahami objek yang menjadi sasaran ilmu, yang memiliki langkah-langkah yang sistematis. Dalam arti yang luas, metodologi menunjukkan pada proses, prinsip, serta prosedur yang digunakan untuk mendekati suatu masalah dan mencari jawaban atas masalah tersebut.²⁴

Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai sebuah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan dalam meneliti pada populasi maupun sampel tertentu, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.²⁵

Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kasual. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis suatu hubungan dan pengaruh antara tiga variabel atau lebih. Hubungan kasual merupakan hubungan antara sebab akibat. Artinya, variasi pada X (variabel bebas) akan mempengaruhi variabel Y (variabel terikat).²⁶ Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan sebuah data yang telah didapat dan diolah langsung oleh obyeknya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui sebuah wawancara dan penyebaran angket.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang akan dijadikan sebagai objek untuk melakukan penelitian ini adalah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin yang beralamat di HM. Yamin No. 110, Kel. Medan Estate Kota Medan, Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian direncanakan akan dilakuakn pada bulan November 2019 sampai Maret 2020 sebagaimana terdapat pada tabel 3.1

²⁴ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h. 127

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h.8

²⁶ Timotius Kris H, *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan*, (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 16

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan/Minggu																			
		November 2019				Desember 2019				Januari 2020				Februari 2020				Maret 2020			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■	■																
2	Penyusunan Proposal					■	■	■	■												
3	Bimbingan Proposal									■	■	■	■								
4	Seminar Proposal													■							
5	Riset Skripsi														■						
6	Pengumpulan Data															■	■				
7	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																				■

C. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono, definisi populasi adalah wilayah “generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya”²⁷. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna Layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan Layanan Manual pada Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin yang diperkirakan berjumlah 1.167 nasabah.

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil merupakan data sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul dapat mewakili (*Representative*).

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h.80

Teknik pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan sampel dari rumus Slovin. Hal ini untuk menghindari terjadinya kesalahan akibat pengulangan dalam pengambilan data.

$$\text{Rumus : slovin } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Persen kelonggaran yang ditolerir/taraf kesalaah (10%)

Dalam penelitian ini, digunakan presentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga dapat mengikuti perhitungan tersebut dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

$$n = \frac{1167}{1 + 1167(0,1)^2} = \frac{1167}{1 + 11,67} = \frac{1167}{12,67} = 92,10734 = 92$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi 1167 orang nasabah, maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 92 responden.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik penentuan yang digunakan adalah teknik sampling aksidental. Sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden).. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin baik nasabah yang menabung maupun nasabah yang melakukan pembiayaan.

D. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah suatu sifat nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁸ Adapun macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan dalam dua kategori, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas (*Independent Variabel*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.²⁹ Dalam penelitian

²⁸ Ibid, h. 38

²⁹ Ibid, h. 39

ini variabel bebasnya ialah layanan *X internet banking* (X1), layanan *mobile banking* (X2), dan layanan manual (X3).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah (*Dependent Variabel*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam topik penelitian.³⁰ Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah loyalitas nasabah (Y).

E. Defenisi Operasional Variabel

Operasional variabel dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menetapkan pengukuran terhadap variabel – variabel yang akan diamati. Defenisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing – masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator – indikator yang membentuknya. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Berikut operasional variabel ditunjukkan pada tabel dibawah ini: Berikut operasional variabel ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Item
<i>Internet Banking</i> (X1)	<i>a. Tangible</i>	Tampilan website di design secara jelas, menarik, dan informatif.	1, 2, 3
	<i>b. Reliability</i>	Akurasi informasi dan transaksi perbankan	4, 5
	<i>c. Responsiveness</i>	Adanya tindakan jika terjadi masalah	6, 7
	<i>d. Assurance</i>	Sistem internet bank dilengkapi dengan keamanan yang canggih sehingga pihak bank menjamin kerahasiaaan dalam bertransaksi.	8, 9
	<i>e. Empathy</i>	Adanya layanan contact centre 24 jam	10, 11
<i>Mobile Banking</i>	a. Effisiensi	Layanan <i>mobile banking</i> BSM	12, 13

³⁰ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2016), h. 58

(X2)	(efficiency)	dapat diakses dengan cepat dan memudahkan dalam melakukan transaksi	
	b. Pemenuhan janji (fullfilment)	Memberikan informasi data keuangan nasabah secara lengkap dan akurat, secara umum informasi yang diinginkan oleh nasabah sudah dapat dipenuhi oleh layanan <i>mobile banking</i> BSM	14, 15
	c. Ketersediaan sistem beroperasi (<i>Sistem availability</i>)	Sistem <i>mobile banking</i> dapat beroperasi dengan baik dan memberikan informasi yang bebas dari kesalahan.	16, 17
	d. Privasi (<i>Privacy</i>)	Dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSM nomor PIN dan <i>password</i> akan dijamin keamanannya, dan memberikan keamanan data transaksi nasabah.	18, 19
Layanan Manual (X3)	a. Aspek sosial dalam pekerjaan	Terpenuhinya kebutuhan pelanggan, dapat dilihat dari fasilitas pelayanannya, pegawainya, dan perlengkapan/peralatan yang digunakan.	20, 21
	b. Komunikasi	Adanya komunikasi yang terjalin baik.	22, 23
	c. Faktor intrinsik pekerjaan/kon disi kerja	Kesigaapan dalam melayani nasabah, dan adanya tanggungjawab terhadap pekerjaan.	24, 25
	d. Asuransi	Kompetensi teller, kesopanan, dan menjaga nama baik perusahaan.	26, 27, 28
Loyalitas	a. Melakukan	Nasabah akan menggunakan	29, 30, 31

Nasabah (Y)	pemakaian secara berulang-ulang	kembali <i>internet banking, mobile banking</i> dan <i>layana manual</i> secara berulang-ulang.	
	b. Membeli antar lini produk dan jasa	Nasabah hanya menggunakan <i>internet banking, mobile banking</i> dan <i>layana manual</i> dari bank syariah mandiri saja.	32, 33, 34
	c. Merefrensikan kepada orang lain	Nasabah bersedia menceritakan layanan <i>internet banking, mobile banking</i> dan <i>layana manual</i> dan mereferensikannya kepada orang lain.	35, 36, 37

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian ilmiah dimaksud untuk memperoleh bahan – bahan yang relvan, akurat dan terpercaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada nasabah bank syariah sebagai responden untuk mendapatkan jawabannya. Selain menggunakan kuesioner biasa penelitian ini juga menggunakan kuesioner *online* yang dibuat menggunakan aplikasi *Google Drive*. Kuesioner tersebut telah disediakan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang berkaitan dengan loyalitas nasabah dengan desain jawaban menggunakan Skala Likert.

2. Observasi

Observasi yaitu melakukan peninjauan dan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian, terutama dalam hal ini adalah pengamatan secara langsung terhadap penerapan layanan berbasis internet dan layanan manual yang dilakukan nasabah di Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Adapun data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert*. *Skala Likert* merupakan lima pilihan jawaban dari sangat tidak setuju sampai pada sangat setuju yang merupakan sikap atau persepsi seseorang atau suatu kejadian atau pertanyaan yang diberikan dalam bentuk kuesioner. Penelitian *Skala Likert* 5 titik (versi asli dari Dr. Rensist Likert), yaitu terdiri dari³¹:

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

Tabel 3.3 Instrumen *Skala Likert*

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Skala pengukuran variabel penelitian, Riduwan, thn 2011

Skala ini digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial yang diperoleh melalui jawaban secara bertingkat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan terhadap sampel.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisa yang digunakan tergantung dari jenis data yang dikumpulkan. Teknik analisis data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan.³²

³¹ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 24.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hal. 331

Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mendukung angka-angka atau numerik tertentu. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi linear berganda yang membahas ketergantungan variabel terikat (dependen) dengan satu variabel atau lebih yang merupakan variabel bebas (independen).

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validasi

Uji validasi digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya.³³ Item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standar yaitu 0,3.

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data adalah valid. Valid merupakan instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:³⁴

- 1) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0.3
- 2) Koefisien korelasi *product moment* $> r_{\text{tabel}} (\alpha ; n-2)$ $n =$ jumlah sampel
- 3) Nilai $\text{sig} \leq \alpha$

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :

r_{hitung}

$$\frac{n (\sum xy) - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\}\{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{hitung} = koefisien korelasi

n = jumlah responden

x = jumlah skor item

y = jumlah skor total (seluruh item)

³³ Tim Penyusun, *Modul Praktikum Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, Program Studi Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, hal. 19

³⁴ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara , 2017), hal. 77

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk responden yang merupakan dimensi dari suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh komponen pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaliknya uji reliabilitas sebaiknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel.³⁵

Adapun untuk menguji reliabilitas instrumen rumus yang digunakan adalah koefisien *alpha cronbach* sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1 \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]}$$

Dimana:

α = koefisien *alpha cronbach*

k = jumlah item pertanyaan

“ $\sum S_i^2$ = jumlah varian skor item

“ S_x^2 = varian skor uji seluruh item k

Untuk dapat mengetahui kriteria reliabilitas terdapat 5 kelompok kelas dengan ukuran kemantapan alpha dapat di interpretasikan sebagai berikut:

Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
0,60 s.d 0,80	Reliabel
0,80 s,d, 1,00	Sangat Reliabel

Berdasarkan tabel diatas kriteria penelitian uji reliabilitas adalah: apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,6 maka koesioner tersebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

³⁵ Tim Penyusun, *Modul Praktikum Riset untuk Bisnis dan Manajemen...*, hal. 23

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear berganda atau data yang bersifat *ordinary least square* yang merupakan salah satu metode dalam analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau malah sebaliknya, yaitu melalui pendekatan histogram dan pendekatan grafik. Pada pendekatan histogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan. Pada pendekatan grafik data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data disepanjang garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan dalam menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat VIF dan tolerance.

- 1) Jika nilai VIF < 10 dan tolerance $> 0,1$ maka dapat dikatakan tidak ada masalah multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF > 10 dan tolerance $< 0,1$ maka dapat dikatakan ada masalah multikolinieritas.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi perbedaan atau ketidak samaan varian dan residual pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika adanya data yang membentuk pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyamping) maka telah terjadi heterokedasitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi heterokedasitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Adapun persyaratan yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi,

metode pengujian ini menggunakan uji Durbin-Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

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

3. Uji Statistik

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel bebas (*independent*) menjelaskan variabel terikat (*dependent*). Dengan kata lain, koefisien determinasi dilakukan untuk dapat melihat seberapa besar kemampuan variabel independent secara bersama-sama dan mampu memberi penjelasan terhadap variabel dependent.

Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi

b. Uji T

Uji t bertujuan untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya suatu pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang akan diuji pada tingkat yang signifikan 0,05. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel –variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{statistik} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan dapat dinyatakan adanya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{statistik} > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, maka dapat dinyatakan tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

c. Uji F

Uji f memiliki tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang digunakan dalam model regresi secara simultan yang mampu menjelaskan variabel terikatnya. Adapun kriteria keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $F_{statistik} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $F_{statistik} > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

d. Uji Model Regresi

Regresi linear berganda adalah studi yang membahas ketergantungan variabel terikat (dependen) dengan satu variabel atau lebih yang merupakan variabel bebas (independen). Adapun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$LN = \alpha + \beta_1 IB + \beta_2 MB + \beta_3 LM + \epsilon$$

Keterangan :

LN = loyalitas Nasabah

α = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = koefisien regresi masing-masing variabel

IB = *Internet Banking*

MB = *Mobile Banking*

LM = Layanan Manual

ϵ = error term (variabel pengganggu) atau residual

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Bank Sumut Syariah

Bank Sumut syariah merupakan salah satu kesatuan usaha ekonomi yang berfungsi menyelenggarakan kepentingan masyarakat dengan tujuan meningkatkan derajat hidup ekonomi masyarakat juga merupakan salah satu sarana pokok utama pertumbuhan ekonomi terutama di bidang perbankan

Bank pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada *tanggal 4 Nopember 1961* dengan Akte Notaris Rusli Nomor 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas dengan nama BPDSU. Pada tahun 1962 berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah Tingkat I Sumatera Utara Nomor 5 Tahun 1965. Modal dasar pada saat itu sebesar Rp. 100 juta dan sahamnya dimiliki oleh pemerintah Daerah Tingkat II se Sumatera Utara. Pada tanggal 16 April 1999, berdasarkan peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara No.2 Tahun 1999, bentuk badan dirubah kembali menjadi perseroan terbatas dengan nama Bank Sumut. Perubahan tersebut dituangkan dalam Akte Pendirian Alina Hanum Nasution SH, dan telah mendapat pengesahan dari menteri Kehakiman Republik Indonesia dibawah Nomor C-8224 HT.01.01 TH 99, serta diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia Nomor 54 tanggal 6 juli 1999. Modal dasar pada saat itu ditetapkan sebesar Rp.400 miliar. Karena pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan bank, maka pada tanggal 15 Desember 1999 melalui Akta No31 modal dasar ditingkatkan menjadi miliar.³⁶

PT. Bank Sumut merupakan bank non devisa yang kantor pusatnya di jalan Imam Bonjol No. 18 Medan. Dalam tahun 2006, Bank telah menambah I kantor cabang pembantu, 4 kantor kas, 9 unit ATM dan 12 kantor kas yang mengalami peningkatan status menjadi kantor cabang sedangkan kas mobil dan payment point tidak berubah sehingga per 31 Desember 2006, Bank telah memiliki 20 kantor cabang konvensional, 21 kantor cabang pembantu, 30 kantor kas, 15 kas mobil, 1 payment point, dan 29 unit ATM. Dalam tahun 2004, Bank membuka Unit Usaha Syariah yang telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia Cabang Medan dengan suratnya No. 6/142/DPIP/Prz/Mdn tanggal 18 Oktober 2004. Dalam tahun 2006, Bank juga menambah I cabang pembantu syariah sehingga per 31 Desember 2006, Bank telah memiliki 3 cabang syariah dan I kantor cabang pembantu. Jumlah karyawan

³⁶PT. Bank Sumut Syariah

Bank pada tanggal 31 Desember 2006 adalah 2995 masing-masing berjumlah 1.218 dan 1.044 orang.³⁷

Adapun visi daripada Bank Sumut Syariah yakni menjadi bank andal untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat dan misi daripada Bank Sumut Syariah yakni mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance. Statemen budaya perusahaan ini yakni memberikan pelayanan terbaik. Sedangkan fungsi daripada Bank Sumut Syariah adalah sebagai alat kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan, PT. Bank Sumut berfungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah yang melaksanakan penyimpanan uang daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai bank umum seperti dimaksudkan pada undang-undang nomor 7 tahun 1992, perbankan sebagai mana telah di ubah dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998.³⁸

Penerapan standar pelayanan Bank Sumut Syariah merupakan hasil karya terbaik dari seluruh sumber daya manusia yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang standar sehingga para nasabah dan mitra kerja merasakan layanan yang sama dimanapun mereka berinteraksi dengan bank Sumut. Sejalan dengan penerapan standar pelayanan tersebut kualitas sumber daya manusia terus ditingkatkan dengan melaksanakan pendidikan dan latihan dengan biaya sebesar Rp9.565 juta atau 6,67% dari biaya tenaga kerja. Pada tahun 2006 juga dilakukan penerapan system penilaian manajemen kinerja kepada seluruh pejabat structural yang bertujuan untuk lebih meningkatkan kinerja dari pejabat karena penilaian manajemen kinerja menjadi dasar untuk memperoleh kenaikan gaji pada tahun 2007. Untuk meningkatkan pemasaran produk dan jasa perbankan serta mendukung kegiatan operasional bank kembali direkrut 55 orang pegawai baru melalui hasil test yang dilakukan oleh pihak konsultan penerimaan pegawai yang independent, dengan demikian dari tahun 2003 s/d 2006 telah direkrut 622 orang pegawai baru. Tahun 2007 akan dilakukan restrukturisasi pengelolaan sumber daya manusia dengan melakukan perubahan dari system kepangkatan/golongan menjadi grading sehingga sistem penggajian berdasarkan grade yang telah disusun dan kenaikan gaji tidak diberikan secara berkala namun ditentukan oleh hasil kerjanya yang tergambar dari nilai manajemen kerjanya. biaya tenaga kerja PT. Bank Sumut Syariah dan 6(enam)orang pegawai akan dikirim mengikuti pendidikan S-2 diluar

³⁷PT. Bank Sumut Syariah

³⁸PT. Bank Sumut Syariah

negeri. Untuk jurusan *human resource*(SDM) sebanyak 2 orang, teknologi informatika (IT) sebanyak 2 orang dan *Treasury and Finance* sebanyak 2 orang.³⁹

2. Ruang lingkup Kegiatan operasional Bank Sumut Syariah

Pada dasarnya kegiatan operasional Bank Sumut Syariah KCP HM. Yamin sama dengan kegiatan operasional bank umum lainnya. Secara sederhana Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Bank Sumut dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan, kegiatan bank sehari-hari tidak akan terlepas dari bidang keuangan. Kegiatan pihak perbankan secara sederhana dapat kita katakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan para nasabahnya. Para nasabah datang silih berganti baik sebagai pembeli jasa maupun penjual jasa yang ditawarkan. Adapun kegiatan daripada Bank Sumut Syariah antara lain:⁴⁰

Tata cara beroperasi Bank Syariah umumnya dan Bank Sumut Syariah khususnya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadits. Prinsip Unit Usaha Syariah ini menjadi dalam menerapkan fitur-fitur produk Bank Sumut Syariah, baik itu produk pembiayaan maupun produk penghimpunan dana.

Adapun produk sumber dana dan penyaluran dana di PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah adalah sebagai berikut⁴¹:

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan Marhamah

Tabungan Marhamah berdasarkan fatwa Majelis Ulama Nomor 02/DSNMUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H / 1 April 2000 M. Tabungan marhamah berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan Bank sebagai pengelola (mudharib).

2) Tabungan Marwah

Bank Sumut Syariah mempunyai produk tabungan marwah yang berprinsip wadiah yad al dhamanah (titipan dana) yang berdasarkan majelis ulama Indonesia nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H / 1 April 2004 M. Bank

³⁹PT. Bank Sumut Syariah

⁴⁰PT. Bank Sumut Syariah

⁴¹PT. Bank Sumut Syariah

tidak mengurangi saldo tabungan milik nasabah kecuali dengan persetujuan penabung untuk tujuan tertentu.

Selain itu tabungan marwah juga bebas administrasi bulanan. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan setiap saat diseluruh Bank Sumut secara online. Bank tidak memberikan bagi hasil kepada penabung tetapi memungkinkan diberikan bonus namun tidak dijanjikan di awal kesepakatan. Saldo tabungan dapat dijadikan sebagai jaminan pembayaran.

3) Tabungan Haji Makbul

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

4) Giro

a) Simpanan Giro Wadiah

Bank Sumut Syariah memiliki produk giro wadiah yang berprinsip Wadiah Yad Al Dhamanah (tujuan murni) yang berdasarkan Fatwa Majelis Ulama Nomor 01/DSN MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M.

Pada produk giro wadiah ini, anda menitipkan dana pada Bank Sumut Syariah. Bank Sumut Syariah akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu anda membutuhkannya.

b) Simpanan Giro Mudharabah

Bank Sumut Syariah mempunyai produk giro mudharabah yang berlaku sejak tanggal 29 Juni 2012. Pada produk giro mudharabah ini nasabah menitipkan dana pada Bank Sumut Syariah dengan menggunakan akad mudharabah. Kemudian pihak Bank akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkannya. Atas penggunaan dana tersebut yang menggunakan akad mudharabah nasabah memperoleh bagi hasil dengan perolehan nisbah antara nasabah dengan bank sebesar 25%:75%.

5) Deposito Ibadah Mudharabah

Investasi berjangka yang aman dengan bagi hasil yang menguntungkan dan akan terus tumbuh. Deposito berdasarkan yang berdasarkan Fatwa Majelis Ulama Nomor 03/DSN MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M.

Dengan prinsip Mudharabah Mutlaqah, deposito ibadah akan mengelola dana investasi anda sebagai investasi berjangka yang akan terus tumbuh dengan aman, berkah, tentram dan menguntungkan.

b. Produk Penghimpunan Dana

1) Pembiayaan Modal Kerja

a) iB Modal Kerja Mudharabah

Pembiayaan iB modal kerja dengan akad mudharabah adalah akad kerjasama antara bank sebagai pemilik dana penuh (100%) dengan nasabah sebagai pengelola dana (pemilik keahlian) untuk melaksanakan usaha tertentu dimana pembagian keuntungan/bagi hasil dihitung dengan menggunakan metode bagi untung dan rugi atau metode bagi pendapatan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Jangka waktu pengembalian pokok pembiayaan dan pembagian keuntungan bagi hasil maksimal 60 bulan.

b) iB Modal Kerja Musyarakah

Pembiayaan iB modal kerja dengan akad mudharabah adalah akad kerjasama antara Bank dengan nasabah yang sama-sama memiliki modal dalam mengelola usaha tertentu, dimana pembagian keuntungan/bagi hasil dihitung dengan metode bagi untung dan rugi atau metode bagi pendapatan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati.

Pembiayaan iB Modal Kerja Musyarakah bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang kekurangan dana modal dalam rangka mengembangkan usaha yang produktif, halal dan menguntungkan. Pelunasan pembiayaan tersebut dapat diangsur berdasarkan proyeksi arus kas (*cash flow*) usaha nasabah.

2) Pembiayaan KPR iB Griya

Pembiayaan KPR iB Griya adalah pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk kebutuhan pembelian Rumah baik berupa RumahTinggal yang dijual melalui Pengembang atau bukan Pengembang di lokasi-lokasi yang telah ditentukan bank dengan systemMurabahah (jualbeli).

3) Pembiayaan iB Murabahah Cicil Emas

Pembiayaan iB Murabahah Cicil Emas adalah pembiayaan dengan prinsip jual beli dengan barang (mabi') berupa emas, dimana Bank memberikan fasilitas pembiayaan kepada Nasabah untuk melakukan pembelian barang berupa emas batangan yang pembayarannya dilakukan dengan cara angsuran yang sama setiap bulan.

Pembiayaan iB Murabahah Cicil Emas bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memiliki emas dengan pembayaran secara cicilan untuk tujuan investasi.

4) Pembiayaan iB Multiguna

Pembiayaan iB Multiguna dengan akad murabahah adalah jual beli atau sesuatu barang dengan harga yang disepakati di awal pada akad, dimana bank menyebutkan harga beli dan margin keuntungan bank. Produk pembiayaan ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha untuk investasi pengadaan barang modal dan lahan perkebunan. Selain untuk investasi produk, juga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi misalnya, pembelian/merenovasi rumah, membeli kendaraan bermotor dan sebagainya.

c. Produk Jasa

Adapun jasa yang ditawarkan PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah adalah sebagai berikut:

1) Gadai Emas

Pinjaman dengan gadai emas adalah fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas yang kewajiban peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu, jaminan emas yang diberikan disimpan dan dalam penguasaan/pemeliharaan Bank dan atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa.

2) ATM Bank SUMUT Syariah

ATM Syariah adalah fasilitas yang diberikan kepada nasabah tabungan iB Martabe bagi hasil untuk memudahkan dalam melakukan transaksi penarikan uang tunai, transfer dana antar cabang Bank SUMUT dan transfer antar Bank lainnya. Selain itu, ATM Syariah juga dapat digunakan untuk membayar telepon, Telkom speedy, Flexi, pembeian pulsa, pembayaran tagihan handphone bahkan untuk pembelian tiket pesawat.

3) Kiriman Uang (*Transfer*)

Transfer uang (*Transfer*) yaitu suatu jasa bank dalam pengiriman dana dari suatu cabang ke cabang yang lain atas permintaan pihak ketiga (Ijab dan Qabul) untuk dibayarkan kepada penerima ditempat lain. Kiriman uang menggunakan prinsip wakalah.

4) Kliring

Kliring yaitu tata cara perhitungan utang piutang dalam bentuk surat-surat dagang dan surat-surat berharga antara bank peserta kliring dengan maksud agar perhitungan utang piutang itu terselenggara dengan mudah, cepat dan aman, serta landasan syariahnya dengan menggunakan prinsip wakalah.

5) Bank Garansi

Bank Garansi yaitu pemberian janji Bank (penjamin) kepada pihak lain (terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu dan keperluan tertentu, bahwa Bank akan membayar kewajiban nasabah yang diberi garansi Bank kepada pihak lain tersebut, apabila bank tersebut cedera janji.

Bank Garansi menggunakan prinsip kafalah. Dalam aplikasinya pada PT Bank Sumut Unit Usaha Syariah, Bank memberikan garansi bank untuk kontraktor, yaitu jaminan penawaran (*Tender Bond*), penerimaan uang muka (*Advance Payment Bond*), melaksanakan pekerjaan (*Performance Bond*), pemeliharaan (*Maintenance/Retention Bond*).

6) Inkaso (Jasa Tagihan)

Merupakan fasilitas yang diberikan kepada nasabah atas kepastian dan pengurusan penagihan warkat-warkat yang berasal dari kota lain secara cepat dan aman berdasarkan prinsip wakalah.

B. Temuan Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data-data yang telah diperoleh dari angket akan disajikan dalam bentuk kuantitatif dengan responden sebanyak 92 orang. Adapun dari ke-92 responden tersebut identifikasi datanya disajikan penulis sebagai berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	38	41,30%
2	Perempuan	54	58,70%
	Jumlah	92	100,00%

Sumber: data diolah (2020)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 92 responden yang diteliti, responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 41,3%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 58,7%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	39	42,39%	39
2	35	38,04%	35
3	18	19,57%	18
	Jumlah	92	100,00%

Sumber: data diolah (2020)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 92 responden yang diteliti, responden yang berusia 19-29 tahun adalah sebanyak 39 orang (42,39%). Responden yang berusia 30-40 tahun adalah sebanyak 35 orang (38,04)%. Sedangkan responden yang berusia 41-51 tahun adalah sebanyak 18 orang (19,57%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	48	52,17%
2	D-3	33	35,87%
3	S-1	11	11,96%
	Jumlah	92	100,00%

Sumber: data diolah (2020)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 92 responden yang diteliti, responden yang berpendidikan SMA adalah sebanyak 48 orang (52,17%). Responden yang berpendidikan D-3 adalah sebanyak 33 orang (35,87)%. Responden yang berpendidikan S-1 adalah sebanyak 11 orang (11,96%).

2. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 11 pernyataan untuk variabel X_1 , 8 pernyataan untuk variabel X_2 dan 9 pertanyaan untuk variabel Y, di mana yang menjadi variabel X_1 adalah Internet Banking, yang menjadi variabel X_2 adalah Mobile Banking, yang menjadi variabel X_3 adalah Layanan Manual, yang menjadi variabel Y adalah Loyalitas Nasabah. Angket yang diberikan ini diberikan kepada 92 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan *skala Likert* berbentuk tabel ceklis. Terdapat 5 skala untuk pilihan jawaban, sebagaimana dapat dilihat pada table 4.1.

Tabel 4.1
Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangattidak setuju	1

Pada tabel di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel X_1 dan X_2 yaitu variabel bebas (terdiri dari variabel Internet Banking, variabel Mobile Banking) maupun variabel Y yaitu variabel terikat (Loyalitas Nasabah). Dengan demikian skor angket dimulai dari skor 5 sampai 1.

a. Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel Loyalitas Nasabah diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.5
Skor Angket untuk Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	51	55,43%	40	43,48%	1	1,09%	0	0,00%	0	0,00%	92	100%
2	63	68,48%	24	26,09%	5	5,43%	0	0,00%	0	0,00%	92	100%
3	46	50,00%	35	38,04%	11	11,96%	0	0,00%	0	0,00%	92	100%
4	54	58,70%	24	26,09%	14	15,22%	0	0,00%	0	0,00%	92	100%
5	37	40,22%	30	32,61%	25	27,17%	0	0,00%	0	0,00%	92	100%
6	49	53,26%	30	32,61%	10	10,87%	3	3,26%	0	0,00%	92	100%
7	37	40,22%	32	34,78%	14	15,22%	9	9,78%	0	0,00%	92	100%
8	43	46,74%	36	39,13%	11	11,96%	2	2,17%	0	0,00%	92	100%
9	32	34,78%	15	16,30%	32	34,78%	13	14,13%	0	0,00%	92	100%

Sumber: data diolah (2020)

Dari jawaban responden untuk variabel loyalitas nasabah sudah sangat baik hal ini terlihat dari mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju lebih dari 50%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa responden memiliki loyalitas yang tinggi.

b. Variabel Internet Banking (X₁)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel Internet Banking diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.6
Skor Angket untuk Variabel Internet Banking (X₁)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	28	30,43%	23	25,00%	27	29,35%	14	15,22%	0	0,00%	92	100%
2	34	36,96%	21	22,83%	32	34,78%	5	5,43%	0	0,00%	92	100%
3	29	31,52%	18	19,57%	31	33,70%	14	15,22%	0	0,00%	92	100%
4	34	36,96%	20	21,74%	29	31,52%	9	9,78%	0	0,00%	92	100%
5	33	35,87%	19	20,65%	32	34,78%	8	8,70%	0	0,00%	92	100%
6	33	35,87%	20	21,74%	29	31,52%	10	10,87%	0	0,00%	92	100%
7	35	38,04%	19	20,65%	28	30,43%	10	10,87%	0	0,00%	92	100%
8	35	38,04%	21	22,83%	26	28,26%	10	10,87%	0	0,00%	92	100%
9	30	32,61%	13	14,13%	39	42,39%	10	10,87%	0	0,00%	92	100%
10	33	35,87%	22	23,91%	28	30,43%	9	9,78%	0	0,00%	92	100%
11	37	40,22%	14	15,22%	28	30,43%	13	14,13%	0	0,00%	92	100%

Sumber: data diolah (2020)

Dari jawaban responden untuk variabel internet banking sudah sangat baik hal ini terlihat dari mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju lebih dari 50%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa internet banking sangat baik.

c. Variabel Mobile Banking (X₂)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.7

Skor Angket untuk Variabel Mobile Banking (X₂)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	29	31,52%	24	26,09%	27	29,35%	12	13,04%	0	0,00%	92	100%
2	35	38,04%	21	22,83%	32	34,78%	4	4,35%	0	0,00%	92	100%
3	32	34,78%	18	19,57%	30	32,61%	12	13,04%	0	0,00%	92	100%
4	34	36,96%	20	21,74%	30	32,61%	8	8,70%	0	0,00%	92	100%
5	36	39,13%	18	19,57%	32	34,78%	6	6,52%	0	0,00%	92	100%
6	32	34,78%	22	23,91%	30	32,61%	8	8,70%	0	0,00%	92	100%
7	35	38,04%	19	20,65%	27	29,35%	11	11,96%	0	0,00%	92	100%
8	37	40,22%	21	22,83%	27	29,35%	7	7,61%	0	0,00%	92	100%

Sumber: data diolah (2020)

Dari jawaban responden untuk variabel mobile banking sudah sangat baik hal ini terlihat dari mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju lebih dari 50%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa mobile banking sangat baik.

d. Variabel Layanan Manual (X₃)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel layanan manual diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 4.7

Skor Angket untuk Variabel Layanan Manual (X₃)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	28	30,43%	23	25,00%	27	29,35%	14	15,22%	0	0,00%	92	100%
2	34	36,96%	21	22,83%	32	34,78%	5	5,43%	0	0,00%	92	100%
3	29	31,52%	18	19,57%	31	33,70%	14	15,22%	0	0,00%	92	100%
4	34	36,96%	20	21,74%	29	31,52%	9	9,78%	0	0,00%	92	100%
5	33	35,87%	19	20,65%	32	34,78%	8	8,70%	0	0,00%	92	100%
6	33	35,87%	20	21,74%	29	31,52%	10	10,87%	0	0,00%	92	100%

7	35	38,04%	19	20,65%	28	30,43%	10	10,87%	0	0,00%	92	100%
8	35	38,04%	21	22,83%	26	28,26%	10	10,87%	0	0,00%	92	100%
9	30	32,61%	13	14,13%	39	42,39%	10	10,87%	0	0,00%	92	100%

Sumber: data diolah (2020)

Dari jawaban responden untuk variabel layanan manual sudah sangat baik hal ini terlihat dari mayoritas responden yang menjawab sangat setuju dan setuju lebih dari 50%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa layanan manual sangat baik.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan item-item suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Validitas item ditunjukkan dengan adanya dukungan terhadap skor total. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maka kegiatan yang harus dilakukan adalah membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dimana taraf signifikan yang digunakan 0,05 atau 5% dengan $n = 92$ sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini adalah : $r(0,05; 92 - 2 = 90) = 0,173$. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu perhitungan statistic dengan menggunakan SPSS 19.

Adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.8
Uji Validitas X1

Item	Nilai Korelasi	Profitabilitas	Keterangan
Item 1	0,757 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 2	0,448 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 3	0,744 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 4	0,617 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 5	0,593 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 6	0,771 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 7	0,581 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 8	0,643 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 9	0,503 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 10	0,545 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid
Item 11	0,526 (positif)	$0,005 < 0,05$	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 19

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.10 untuk variabel X1 dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,173) dan nilai probabilitas tidak melebihi dari 0,05.

Tabel 4. 11
Uji Validitas 9

Item	Nilai Korelasi	Profitabilitas	Keterangan
Item 1	0,358 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 2	0,421 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 3	0,584 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 4	0,716 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 5	0,527 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 6	0,397 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 7	0,446 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 8	0,371 (positif)	0,005 < 0,05	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 19

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.11 untuk variabel X2 dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,173) dan nilai probabilitas tidak melebihi dari 0,05.

Tabel 4.10
Uji Validitas X3

Item	Nilai Korelasi	Profitabilitas	Keterangan
Item 1	0,757 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 2	0,448 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 3	0,744 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 4	0,61 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 5	0,593 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 6	0,771 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 7	0,581 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 8	0,643 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 9	0,503 (positif)	0,005 < 0,05	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 19

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.12 untuk variabel X3 dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,173) dan nilai probabilitas tidak melebihi dari 0,05.

Tabel 4.11
Uji Validitas Y

Item	Nilai Korelasi	Profitabilitas	Keterangan
Item 1	0,529 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 2	0,753 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 3	0,791 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 4	0,484 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 5	0,477 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 6	0,391 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 7	0,605 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 8	0,728 (positif)	0,005 < 0,05	Valid
Item 9	0,467 (positif)	0,005 < 0,05	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 19

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.14 untuk variabel Y dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,173) dan nilai probabilitas tidak melebihi dari 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (> 0,60). Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu oleh statistic SPSS 19. Adapun hasil output dapat diketahui dalam table berikut:

Tabel 4.12
Uji Reliabilitas X₁, X₂, X₃, dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Status
X1 Internet Banking	0,822	Reliabel
X2 Mobile Banking	0,678	Reliabel
X3 Layanan Manual	0,784	Reliabel
Y Loyalitas Nasabah	0,658	Reliabel

Sumber: Diolah dari SPSS 19

Dari table diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

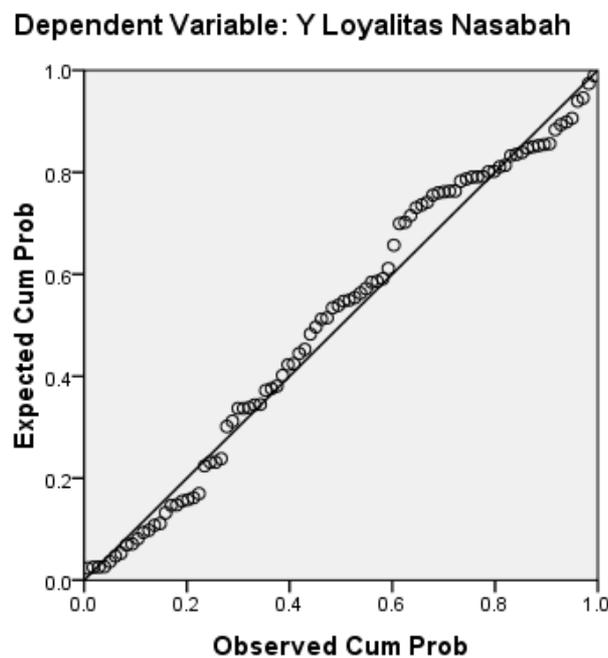
a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.

Kriteria pengujian⁴²:

- 1) Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.
- 2) Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.3
Grafik Normalitas Data

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa data berdistribusi normal karena titik mengikuti data di sepanjang garis diagonal yaitu garis miring yang dimulai dari atas ke bawah.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka ada gejala multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independennya.⁴³

⁴²Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), h. 117.

Kriteria pengujian:

1. Adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance < 0 atau nilai VIF >10.
2. Tidak adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance > 0 atau nilai VIF <10.

Tabel 4.8
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	26.495	3.430		7.724	.000		
X1 Internet Banking	.178	.071	.311	2.515	.014	.619	1.616
X2 Mobile Banking	.116	.117	.134	.997	.321	.528	1.893
X3 Layanan Manual	.027	.090	.048	.297	.767	.370	2.704

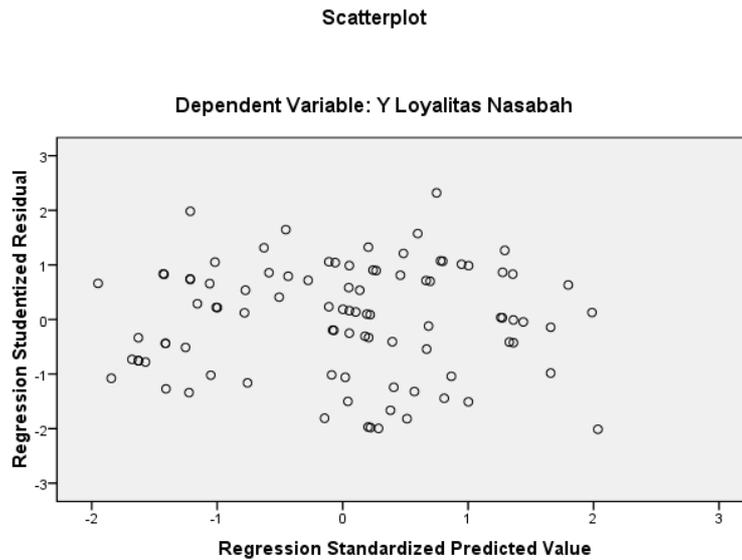
a. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai tolerance di atas 0 dan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik. Pada analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas jika titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.

⁴³Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), h. 118.



Gambar 4.4
Pengujian Heteroskedastisitas

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk variabel independen maupun variabel bebasnya.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menjelaskan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengolahan data menggunakan program SPSS 16.0. Kriteria pengambilan keputusan:⁴⁴

- a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Internet Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga variabel Internet Banking tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Untuk memperoleh hasil t_{tabel} maka harus dihitung terlebih dahulu derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df). Rumus $df = n - 2$. Untuk mencari t_{tabel} terlebih dahulu dihitung df yaitu $df = n - 2 = 92 - 2 = 90$ sehingga diperoleh $t_{tabel} = 1,662$

Hasil olahan SPSS dapat dilihat pada table 4.10.

⁴⁴Azuar Juliandi & Irfan, 2013, Metode Penelitian Bisnis. Medan: UMSU Press. hal. 39

Tabel 4.10
Uji t Variabel X₁ terhadap Y
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	26.495	3.430		7.724	.000		
X1 Internet Banking	.178	.071	.311	2.515	.014	.619	1.616
X2 Mobile Banking	.116	.117	.134	.997	.321	.528	1.893
X3 Layanan Manual	.027	.090	.048	.297	.767	.370	2.704

a. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)

1) Pengaruh Internet Banking (X₁) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari table 4.10 di atas dapat diketahu $t_{hitung} = 2,515$. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah diperoleh $t_{hitung} (2,515) > t_{tabel} (1,662)$, dengan taraf signifikan $0,014 < 0,05$. Nilai 2,515 lebih besar dari 1,662 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah.

2) Pengaruh Mobile Banking (X₂) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahu $t_{hitung} = 0,997$. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah diperoleh $t_{hitung} (0,997) < t_{tabel} (1,662)$, dengan taraf signifikan $0,321 > 0,05$. Nilai 0,997 lebih kecil dari 1,662 menunjukkan t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima (H_a ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah.

3) Pengaruh Layanan Manual (X₃) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahu $t_{hitung} = 0,297$. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara Layanan Manual terhadap Loyalitas Nasabah

diperoleh $t_{hitung} (0,997) > t_{tabel} (1,662)$, dengan taraf signifikan $0,767 > 0,05$. Nilai 0,297 lebih kecil dari 1,662 menunjukkan t_{hitung} lebih kecil esar dari t_{tabel} . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima (H_a ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara Layanan Manual terhadap Loyalitas Nasabah.

b. Uji F

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y). Berikut ini hasil uji F:

Tabel 4.12
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105.710	3	35.237	5.861	.001 ^a
	Residual	529.018	88	6.012		
	Total	634.728	91			

a. Predictors: (Constant), X3 Layanan Manual, X1 Internet Banking, X2 Mobile Banking

b. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$F_{hitung} = 5,861$$

$$F_{tabel} = 3,268$$

Untuk mencari nilai F_{tabel} maka perlu dicari terlebih dahulu nilai df_1 dan df_2 . Nilai $df_1 =$ jumlah seluruh variabel (k) $- 1 = 4 - 1 = 3$. Nilai $df_2 = n - k = 92 - 4 = 88$. Dengan demikian, maka $F_{3;88} = 3,268$.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 5,861 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,268 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $5,861 \geq 3,268$, Nilai 5,861 lebih besar dari 3,268 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besar yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien

determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.408 ^a	.167	.138	2.45185	.708

a. Predictors: (Constant), X3 Layanan Manual, X1 Internet Banking, X2 Mobile Banking

b. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,167. Hal ini berarti 16,7% variasi variabel Loyalitas Nasabah (Y) ditentukan oleh kedua variabel independen yaitu Internet Banking (X₁) dan Mobile Banking (X₂). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

6. Uji Model Regresi Linier Berganda

Adapun hasil pengolahan data melalui SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	26.495	3.430		7.724	.000		
	X1 Internet Banking	.178	.071	.311	2.515	.014	.619	1.616
	X2 Mobile Banking	.116	.117	.134	.997	.321	.528	1.893
	X3 Layanan Manual	.027	.090	.048	.297	.767	.370	2.704

a. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2020)

Dari tabel di atas, maka model persamaan regresinya adalah:

$$LN = 26,495 + 0,178 X_1 + 0,116 X_2 + 0,027 X_3.$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Nilai konstanta adalah 26,495. Hal ini berarti apabila variable internet banking, mobile banking dan layanan manual konstan atau bernilai 0 maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 26, 495 poin.
- b. Nilai koefisien Internet Banking sebesar 0,178 yang berarti bahwa apabila Internet Banking meningkat sebesar 1 poin, maka Loyalitas Nasabah akan meningkat sebesar 0,178 poin.
- c. Nilai koefisien Mobile Banking memberikan nilai sebesar 0,116 yang berarti bahwa apabila Mobile Banking meningkat sebesar 1 poin, maka Loyalitas Nasabah akan meningkat sebesar 0,116 poin.
- d. Nilai koefisien Layanan Manual memberikan nilai sebesar 0,027 yang berarti bahwa apabila Layanan Manual meningkat sebesar 1 poin, maka Loyalitas Nasabah akan meningkat sebesar 0,027 poin.

D. Pembahasan

Dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas (Internet Banking dan Mobile Banking) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat (Loyalitas Nasabah). Hasil rinci analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa layanan berbasis internet berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Aksara Medan

Hasil penelitian di atas selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh oleh Taufik (2013) menyatakan bahwa Internet Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah . Penelitian yang dilakukan oleh Nazmi (2015) menyatakan bahwa Internet Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah . Penelitian yang dilakukan oleh Nirwana (2009) menyatakan bahwa Internet Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2016) menyatakan bahwa Internet Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah .

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Internet Banking (X_1) terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah

secara nyata. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek Internet Banking sehingga Loyalitas Nasabah dapat ditingkatkan.

2. Pengaruh Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh menunjukkan bahwa layanan manual melalui front office berpengaruh terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Aksara Medan.

Hasil penelitian di atas selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan Kusumawati (2015) menyatakan bahwa Mobile Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah . Penelitian yang dilakukan oleh Steven (2016) menyatakan bahwa Internet Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah . Penelitian yang dilakukan oleh Gerrit (2017) menyatakan bahwa Internet Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah . Penelitian yang dilakukan oleh Endah (2015) menyatakan bahwa Mobile Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah . Penelitian yang dilakukan oleh Jufrizen (2018) menyatakan bahwa Mobile Banking berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah .

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Mobile Banking (X_2) terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah secara nyata. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek Mobile Banking sehingga Loyalitas Nasabah dapat ditingkatkan.

3. Pengaruh Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan perhitungan dapat diketahui bahwa layanan berbasis internet dan layanan manual berpengaruh secara simultan terhadap tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Aksara Medan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Internet Banking (X_1) dan Mobile Banking (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) maka kedua faktor tersebut dapat membentuk Loyalitas Nasabah (Y). Ini artinya ada pengaruh atau hubungan yang searah dan nyata antara variabel bebas (Internet Banking dan Mobile Banking) terhadap variabel terikat (Loyalitas Nasabah) secara bersamaan atau dengan kata lain, jika Internet Banking (X_1) dan Mobile Banking (X_2) ditingkatkan maka secara bersamaan dapat pula meningkatkan Loyalitas Nasabah (Y). Setelah dibandingkan antara pengaruh Internet Banking dan Mobile Banking ternyata sig. Internet Banking adalah 0,000 dan sig. Mobile Banking adalah 0,000 dengan demikian dapat dikatakan faktor Mobile Banking lebih

dominan. Perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek Internet Banking dan Mobile Banking sehingga Loyalitas Nasabah dapat ditingkatkan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Syariah.
2. Tidak ada pengaruh yang signifikan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Syariah.
3. Tidak ada pengaruh yang signifikan Layanan Manual terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Syariah.
4. Secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumut Syariah.

B. Saran

Dari hasil penelitian, analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bank Sumut Syariah perlu memperhatikan Mobile Banking sehingga meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Bank Sumut Syariah sebaiknya mengelola Internet Banking dengan lebih baik lagi sehingga meningkatkan loyalitas nasabah.
3. Bank Sumut Syariah perlu memperhatikan Layanan Manual sehingga meningkatkan loyalitas nasabah.
4. Bank Sumut Syariah sebaiknya perlu mencari cara untuk meningkatkan Loyalitas Nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif , M. Nuri Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis*, Cet. 1, Bandung: CV Pustaka Setia,2012.
- Antasari, Arga Satria, Kertahadi, dan Riyadi. *Pengaruh Pengguna Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. Adminstrasi Binsi, 2013.
- Atik dan Ratminto. *Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan modelkonseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Adila, Mariatul. *Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Jurusan Perbankan Syariah, 2017.
- Clarke, Steve. *E-Banking Management: Issue, Sollution and Strategies*, Terjemahan Oleh Mahmood Shah. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009.
- Daulay, Raihan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah di Kota Medan". *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, Vol.12 No.1, 2012
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Fatimah, Mulia Nasution, dan Ucy Prima Naslin. "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di BNI Syariah KCP Ciledug". *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Vol. 15, No. 1, 2016.
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*, New York: Simon and Chuster, Inc,1996.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta, Erlangga, 2005.
- Huda, Ahmad Nurul, dkk. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta*. ABFII Perbanas. Jakarta: Business & Management Review, 2012.
- H, Timotius Kris. *Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Manajemen Pengetahuan Untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: Andi, 2017.

Halimah, Siti Nur. *Pengaruh Internet Banking dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Tingkat Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Salatiga Jurusan Perbankan Syariah, 2018.

<http://www.bsmnet.syariahamandiri.co.id> diakses tanggal 21 Februari 2020 pukul 17.44 wib

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2007.

Lestari, Wina Sri. *Penggunaan Fasilitas E-Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Pada PT. Bank Muamalat, TBK KCP SM. Raja Medan*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Jurusan Perbankan Syariah, 2016.

Lihat Pasal 1 ayat (2) *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan*.

Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2011

Ramadhan, Reza dan Sri Herianingrum. “Persepsi Kemudahan, Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 4, No. 6, 2017.

Pohan, Selamat, “Peranan Penggunaan Agama Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan”. *Jurnal Intiqad*, Vol.8, No.2 Desember 2016.

Sari, Kartika, dan Budi Priyanto. *Pengaruh Tingkat Loyalitas Nasabah Pada Dana Pihak Ketiga Industri Perbankan Di Indonesia*. Artikel, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Siregar, Sofyan. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.

Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi, 2000.

Tim, Penyusun. *Modul Praktikum Riset untuk Bisnis dan Manajemen*. Program Studi Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widayatama, 2014.

Vyctoria. *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan teknik Hacking dan Carding*. Yogyakarta: ANDI, 2013.

Yuliaty, Tetty. “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Medan Aksara”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 14, No. 02, ISSN 1693-7619, 2014

Zeithaml, V.A, L.L Berry, and A Parasuraman. "The Behavioral Consequences of Service Quality". *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp, 1996

Zaky, Muhammad dan Ervita Putri Azzahroh. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, 2017.

PENGARUH LAYANAN BERBASIS INTERNET DAN LAYANAN MANUAL TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BANK SUMUT SYARIAH KCP HM.YAMIN

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Dimohonkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi angket ini. Diharapkan dalam pengisiannya responden menjawab dengan leluasa sesuai dengan persepsi Anda.

Anda diharapkan menjawab dengan jujur dan terbuka sebab tidak ada jawaban yang benar dan salah. Data dibutuhkan untuk keperluan studi/ilmiah.

Sesuai dengan kode etik penelitian, penulis menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri mengisi angket ini adalah bantuan tak ternilai bagi penulis. Akhirnya, penulis sampaikan terima kasih atas kerjasamanya.

Peneliti,

SITI HADIJAH SIREGAR
NPM: 1601270037

KUESIONER PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
2. Usia : <25 Thn 25-35 Thn >35 Thn
3. Tingkat Pendidikan : SMA D-3 S-1
4. Masa Bekerja : < 5 tahun 5-10 tahun > 10 tahun

KETERANGAN

- SS : Sangat setuju
- S : Setuju
- KS : Kurang setuju
- TS : Tidak setuju
- STS : Sangat tidak setuju

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET:

1. Bapak/Ibu diminta untuk memberikant anggapan atas pernyataan yang ada pada angket ini sesuai dengan keadaan, pendapat, dan perasaan Bapak/Ibu, bukan berdasarkan pendapat umum atau pendapat orang lain.
2. Berikanlah tanda checklist (√) pada kolom yang Bapak/Ibu anggap sesuai dengan jawaban pada Bapak/Ibu.

Internet Banking (X1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Tangible					
1	Tampilan website di design secara jelas					
2	Tampilan website di design secara menarik.					
3	Tampilan website di design secara informatif.					
	Reliability					
4	Akurasi informasi dan transaksi perbankan terjamin					
5	Informasi dan transaksi perbankan benar-benar akurat					
	Responsiveness					
6	Adanya tindakan jika terjadi masalah					
7	Solusi yang diberikan sangat baik					
	Assurance					
8	Sistem internet bank dilengkapi dengan keamanan yang canggih					
9	Pihak bank menjamin kerahasiaaan dalam bertransaksi.					
	Empathy					
10	Adanya layanan contact centre 24 jam					
11	Perusahaan melayani secara penuh					

Mobile Banking (X2)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Efisiensi					
12	Layanan <i>mobile banking</i> BSM dapat diakses dengan cepat					
13	Layanan <i>mobile banking</i> BSM memudahkan dalam melakukan transaksi					
	Pemenuhan janji					
14	Memberikan informasi data keuangan nasabah secara lengkap informasi yang diinginkan oleh nasabah sudah dapat dipenuhi oleh layanan <i>mobile banking</i> BSM					
15	Memberikan informasi data keuangan nasabah secara akurat, informasi yang diinginkan oleh nasabah sudah dapat dipenuhi oleh layanan <i>mobile banking</i> BSM					
	Ketersediaan sistem beroperasi					
16	Sistem <i>mobile banking</i> dapat beroperasi dengan baik					
17	Sistem <i>mobile banking</i> memberikan informasi yang bebas dari kesalahan.					
	Privasi					
18	Dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSM nomor PIN dan <i>password</i> akan dijamin keamanannya					
19	Dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSM nomor PIN dan <i>password</i> memberikan keamanan data transaksi nasabah.					

Layanan Manual (X3)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Aspek sosial dalam pekerjaan					
20	Terpenuhinya kebutuhan pelanggan, dapat dilihat dari fasilitas pelayanannya,					
21	Terpenuhinya kebutuhan pelanggan, dapat dilihat dari perlengkapan/peralatan yang digunakan.					
	Komunikasi					
22	Adanya komunikasi yang terjalin baik.					
23	Komunikasi selalu dilakukan dengan lancar					
	Faktor intrinsik pekerjaan/kondisi kerja					
24	Kesigaapan dalam melayani nasabah					
25	Adanya tanggungjawab terhadap pekerjaan.					
	Asuransi					
26	Kompetensi teller berlangsung dengan baik					
27	Teller selalu berlaku dengan sopan					
28	Teller menjaga nama baik perusahaan.					

Loyalitas Nasabah (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	Melakukan pemakaian secara berulang-ulang					
29	Nasabah akan menggunakan kembali <i>internet banking</i> secara berulang-ulang.					
30	Nasabah akan menggunakan kembali <i>mobile banking</i> secara berulang-ulang.					
31	Nasabah akan menggunakan kembali <i>layana manual</i> secara berulang-ulang.					
	Membeli antar lini produk dan jasa					
32	Nasabah hanya menggunakan <i>internet banking</i> , dari bank syariah mandiri saja.					
33	Nasabah hanya menggunakan <i>mobile banking</i> dari bank syariah mandiri saja.					
34	Nasabah hanya menggunakan <i>layanan manual</i> dari bank syariah mandiri saja.					
	Merefrensikan kepada orang lain					
35	Nasabah bersedia menceritakan layanan <i>internet banking</i> dan mereferensikannya kepada orang lain.					
36	Nasabah bersedia menceritakan layanan <i>mobile banking</i> dan mereferensikannya kepada orang lain.					
37	Nasabah bersedia menceritakan layanan <i>layana manual</i> dan mereferensikannya kepada orang lain.					



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA
Dosen Pembimbing : Dr. Sugianto, MA

Nama Mahasiswa : Siti Hadijah Siregar
Npm : 1601270037
Semester : VIII-A Pagi
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Layanan Berbasis Internet Dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank SUMUT Syariah KCP HM.Yamin

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
6 Juni 2020	Diskusi perihal tempat riset karena terkendala akibat covid-19		
19 Juli 2020	Bab IV Revisi – Pembahasan diperjelas		
23 Juli 2020	Bab IV Oke dan Bab V Oke		
24 Juli 2020	ACC Skripsi		

Medan, 29 Juli 2020

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Selamat Pohan S.Ag, MA

Pembimbing

Dr. Sugianto, MA

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setuju untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Siti Hadijah Siregar
NPM : 1601270037
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Layanan Berbasis Internet Dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.Yamin

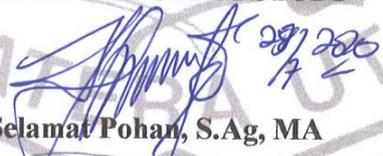
Medan 27 Juli 2020

Pembimbing



Dr. Sugianto, MA

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Selamat Pohan, S.Ag, MA

Dekan,



Dr. Muhammad Qorib, MA



UMSU

Aggi | Cerdas | Terpercaya

menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax (061) 6623474, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 93/II.3/UMSU-01/F/2020
Tempat : -
Tanggal : Izin Riset

23 Syaban 1441 H
17 April 2020 M

Kepada Yth : **PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.YAMIN**
Di

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Siti Hadijah Siregar
NPM : 1601270037
Semester : VIII

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Layanan Berbasis Internet dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Syariah KCP HM.YAMIN

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh



Dekan,

Dr. Muhammad Qorib, MA

R CABANG SYARIAH:

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 4155100 - 4515100
Facsimile : (061) 4142937 - 4512652
Medan, 22 Juli 2020

Nomor : 112 /KCSy01-Ops/L/2020
Lampiran : -

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di –
Tempat

Hal : Izin Riset

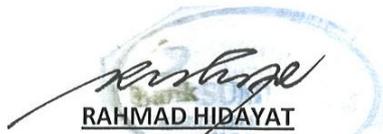
Asalamu'alaikum Wr. Wb
Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Fakultas Agama Islam nomor : 123/II.3/UMSU-01/F/2020 tanggal 16 April 2020 dan Surat dari KCPSy H. M. Yamin No. 155/KCSy01-KCPSy010/L/2020 tanggal 01 Juli 2020 Perihal Pengantar Permohonan Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan Izin Riset mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, yang akan dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Pembantu Syariah H. M. Yamin. Adapun data Mahasiswa tersebut adalah :
Nama : Siti Hadijah Slregar
NIM : 1601270037
Judul Skripsi : Pengaruh Layanan Berbasis Internet Dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut KCPSy HM Yamin.
2. **Disetujui** untuk melaksanakan Riset di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu H. M. Yamin, selama melaksanakan Riset Mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Kantor Cabang Syariah H. M. Yamin dan menjaga rahasia Bank.
3. Selesai melaksanakan Riset Mahasiswa yang bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar laporan kepada PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah H. M. Yamin.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb
PT. Bank SUMUT
Kantor Cabang Syariah Medan
Pemimpin Cabang


RAHMAD HIDAYAT
NPP.1232.150678.110804



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400
Website :www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id
Bankir: Bank SyariahMandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Sebagai surat yang disebutkan
dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

1 pada : Permohonan Persetujuan Judul
: Yth. Bapak Dekan FAI UMSU
Di
Tempat

16 Jumadil Akhir 1441 H
10 Februari 2020 M

Dengan hormat
Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Siti Hadijah Siregar
NPM : 1601270037
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumulatif : 3,59
Mengajukan judul sebagai berikut :



No.	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh Layanan Berbasis Internet dan Layanan Manual terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aksara Medan	12/2/2020 ACC	19/2/20 Dr. Sugianto MA	ACC 12/2/20
2	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aksara Medan			
3	Persepsi Nasabah terhadap Prinsip Bagi Hasil Syariah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Aksara Medan			

Demikian permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terimakasih.

Wassalam
Hormat, saya

Siti Hadijah Siregar
(Siti Hadijah Siregar)

*Catatan
sudah mencetak
pandaan skripsi
12/52/2020*

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk arsip mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas foto dan map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang disetujui dan tanda silang pada judul yang ditolak



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA
Dosen Pembimbing : Dr. Sugianto, MA

Nama Mahasiswa : Siti Hadijah Siregar
Npm : 1601270037
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Layanan Berbasis Internet dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aksara Medan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
18/2 20	Kab I revisi	f	
24/2 20	Kab II revisi	f	
28/2 20	Kab I dan Kab II revisi	f	
7/3 20	Kab II dan kab III revisi	f	
9/3 20	Dec	f	

Medan, 10 Februari 2020

Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Dr. Sugianto, MA



Unggul Prestasi & Cerdas

Untuk menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pada hari ini Selasa, Tanggal 14 April 2020 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Siti Hadijah Siregar
Npm : 1601270037
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Layanan Berbasis Internet Dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aksara Medan

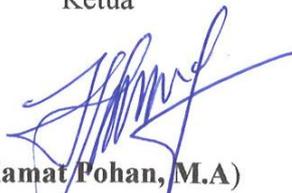
Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	Perbaiki penulisan proposal, kemudian rumusan masalah dan tujuan penelitian pada penelitian.
Bab II	Perbaiki kembali hipotesis yang digunakan dalam penelitian, sesuaikan dengan rumusan dan tujuan
Bab III	Cantumkan sumber skala likert yang ada, serta jabarkan tentang deskripsi variabel.
Lainnya	
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 14 April 2020

Tim Seminar

Ketua


(Selamat Pohan, M.A)

Pembimbing


(Dr. Sugianto, MA)

Sekretaris


(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Pembahas


(Riyan Pradesyah, S.E.Sy, M.E.I)



Unggul, Berprestasi & Berkeadilan

Untuk menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada hari Selasa, 14 April 2020 M, menerangkan bahwa :

Nama : Siti Hadijah Siregar
Npm : 1601270037
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Layanan Berbasis Internet Dan Layanan Manual Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aksara Medan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, 14 April 2020

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Selamat Pohan, M.A)

Pembimbing

(Dr. Sugianto, MA)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy, M.E.I)

Pembahas

(Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I

Zailani, S.PdI, M.A

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Siti Hadijah Siregar
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 13 Desember 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jalan Tempuling Gg.Ibu No.22 Medan

Nama Orang Tua

Ayah : Risa Siregar
Ibu : Maulina Sari Pohan, S.Pd
Alamat : Jalan Merdeka Wek IV Batang Toru

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 101390 Desa Telo Tamat Tahun 2009
2. SMP Negeri 1 Batang Toru Tamat Tahun 2012
3. SMK Negeri 1 Padang Sidempuan Tamat Tahun 2015
4. Tercatat Sebagai Mahasiswi Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tamat Tahun 2020.

Medan, Juli 2020

Siti Hadijah Siregar