

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

1. Sejarah Umum Bank Syariah Mandiri (BSM)

Bank Syariah Mandiri (BSM) hadir sejak tahun 1999 setelah terjadi krisis moneter pada tahun 1997 – 1998. Dan, sejak berdiri, bank ini sudah menggunakan konsep menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas. Pada saat itu, krisis sudah mulai masuk di semua aspek. Mulai dari dunia politik nasional, dunia perbankan, dunia usaha dan banyak lainnya, yang secara langsung menimbulkan berbagai dampak negative pada kehidupan rakyat Indonesia. Khusus dunia perbankan, banyak bank konvensional yang mendapatkan dampak buruk dari krisis ini. Akhirnya, Pemerintah berusaha mengatasinya dengan cara merestrukturisasi dan merekapitalisasi bank-bank ini.

Salah satu bank konvensional yang terkena dampak krisis ini adalah PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi. Untuk mengatasi masalah ini, BSB berusaha untuk mengupayakan merger untuk mendapatkan investor asing. Pemerintah juga mengupayakan beberapa penggabungan (*merger*) untuk beberapa bank. Salah satunya adalah *merger* empat bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapino menjadi PT Bank

Mandiri. Tanggal 31 Juli 1999, yaitu tanggal penggabungan ini dan menjadi tanggal lahir Bank Mandiri yang sebagian besar saham dimiliki oleh PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik baru BSB.

Keluarnya UU No. 10 tahun 1998 menjadi titik dimana Bank Mandiri mulai membentuk layanan perbankan syariah. Setelah proses *merger*, Bank Mandiri membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah untuk membuat layanan transaksi syariah (*dual banking system*). UU ini juga menjadi landasan Tim Pengembang Perbankan Syariah untuk mengubah PT Bank Susila Bakti menjadi bank syariah. Tim ini mempersiapkan segalanya, mulai dari system dan infrastruktur. Dan seperti yang tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999, bank ini berubah nama dan menjadi PT Bank Syariah Mandiri.

Setelah itu, keluar Gubernur Bank Indonesia meresmikan perubahan kegiatan usaha BSB dengan dikeluarkannya SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Dengan ini, sistem operasi BSB berubah menjadi sistem perbankan berbasis syariah. Dan, untuk perubahan nama dari PT Bank Susila Bakti menjadi PT Bank Syariah Mandiri juga disetujui melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999. Akhirnya, Bank Syariah Mandiri resmi beroperasi. Tanggal yang menjadi awal mula Bank Syariah Mandiri lahir dan berkuat di dunai perbankan Indonesia adalah hari Senin, 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri tumbuh menjadi bank yang memadukan 2 konsep perbankan, yaitu idealisme usaha dan nilai rohani. Dan, perpaduan inilah yang menjadi salah satu nilai lebih dari Bank Syariah Mandiri. Dan yang terakhir, Bank Syariah Mandiri hadir untuk membangun Indonesia menjadi lebih baik. Dibawah ini beberapa cabang kantor Bank Syariah Mandiri yang ada di Yogyakarta, yaitu:

Tabel 4.1 Kantor Bank Syariah di Yogyakarta

D.I. Yogyakarta	Yogyakarta	KC YOGYAKARTA	Jl. Cik Dik Tiro No. 1, Yogyakarta.	(0274) 555022, 555024
D.I. Yogyakarta	Yogyakarta	KCP YOGYAKARTA KALIURANG	Jl. Kaliurang Km. 6,4 No. B 6-A, Yogyakarta.	(0274) 887041, 887053
D.I. Yogyakarta	Wonosari	KCP WONOSARI	Jl. Sumarwi No. 30, Wonosari, Gunung Kidul, Yogyakarta.	(0274) 391854
D.I. Yogyakarta	Yogyakarta	KCP YOGYAKARTA KATAMSO	Jl. Brigjen Katamso No. 160, Keparakan, Mergangsan, Yogyakarta.	(0274) 412424, 418084
D.I. Yogyakarta	Sleman	KCP AMBARUKMO	Jl. Laksda Adi Sucipto No. 167, Kp. Ambarukmo Blok I, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta.	(0274) 484202, 4533873
D.I. Yogyakarta	Sleman	KCP GODEAN	Ruko Gading Mas, Jl. Godean Km. 4,4 No. 8 A, Sleman, Yogyakarta.	(0274) 626027, 617798
D.I. Yogyakarta	Yogyakarta	KCP YOGYAKARTA KOTAGEDE	Jl. Gedong Kuning Selatan No. 5, Purbayan, Kotagede, Yogyakarta.	(0274) 4438989, 4439102
D.I. Yogyakarta	Yogyakarta	KCP YOGYAKARTA WIROBRAJAN	Jl. HOS Cokroaminoto No. 33A, Yogyakarta.	(0274) 5304007

D.I. Yogyakarta	Yogyakarta	KCP BANTUL	Jl. Bantul Km. 10 No. 29, Melikan Lor, Desa Bantul, Kec. Bantul, Kab. Bantul, Yogyakarta.	(0274) 367970
D.I. Yogyakarta	Yogyakarta	KCP SLEMAN	Jl. Raya Magelang Km. 10 No. 39, Bangunrejo, Kel. Tridadi, Kec. Sleman, Kab. Sleman, Yogyakarta.	(0274) 864200
D.I. Yogyakarta	Bantul	KK BANTUL UMY	Kampus Terpadu UMY Yogyakarta, Gd AR Fachruddin Rektorat B, Jl. Lingkar Barat, Tamantirto Kasihan, Bantul, Yogyakarta.	(0274) 450215
D.I. Yogyakarta	Yogyakarta	KK YOGYAKARTA UII	Universitas Islam Indonesia, Ruang PPKF Lt. I, Fakultas Teknik Sipil, Yogyakarta.	(0274) 898412, 898549
D.I. Yogyakarta	Bantul	KK BANTUL	Jl. Jend. Sudirman No. B1-2, Bantul, Yogyakarta.	(0274) 367861, 367871

2. Profil Bank Syariah Mandiri

a. Profil

Profil perusahaan Bank Syariah Mandiri (BSM) yang didapatkan dari situs resmi BSM (www.syariahamandiri.co.id) yang diakses pada tanggal 20 juni 2016.

Nama : PT Bank Syariah Mandiri

Alamat	: Wisma Mandiri I, Jl. MH. Thamrin No. 5 Jakarta 10340-Indonesia
Telepon	: (62-21) 2300509, 3983 9000
Faksimili	: (62-21) 3983 2989
Situs Web	: www.syariahmandiri.co.id
Swift Code	: BSMDIDJA
Tanggal Berdiri	: 25 Oktober 1999
Tanggal Beroperasi	: 1 November 1999
Modal Dasar	: Rp 2.500.000.000.000,-
Modal Disetor	: Rp 1.489.021.935.000,-
Kantor Layanan	: 864 kantor yang tersebar di 33 provinsi di seluruh Indonesia
Jumlah Jaringan ATM BSM	: ATM Syariah Mandiri 921 unit, ATM Mandiri 11.886, ATM Bersama 60.922 unit (<i>include</i> ATM Mandiri dan ATM BSM) ATM BCA

10.596 unit, EDC BCA

196.870 unit dan *Malaysia*

Elektronic Payment System

(MEPS) 12.010 unit.

Jumlah Karyawan : 16.945 orang (Per Desember 2013)

b. Kepemilikan saham

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk : 231.648.712 lembar saham
(99,999999%)

PT Mandiri Sekuritas : 1 (satu) lembar saham
(0,000001%)

c. Otoritas Pengawasan Bank

Otoritas Jasa Keuangan Gedung Sumitro Djojohasikusumo

Jalan Lapangan Banteng Timur No. 2-4 Jakarta 10710 Indonesia. Telp

(62-21) 3858001, Faks (62-21) 3857917, www.ojk.go.id.

3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi : Memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia.

Misi :

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
3. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
4. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
5. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal

4. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri

Ada beberapa produk yang di tawarkan oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) kepada nasabahnya, yaitu Produk Dana dan Jasa serta Pembiayaan. Dibawah ini merupakan penjelasan dari masing-masing produk BSM.

a. Produk dana

BSM memiliki sekitar 7 produk dana, yaitu:

- 1) Tabungan BSM
- 2) Tabungan Berencana BSM
- 3) Tabungan Simpatik BSM
- 4) Tabungan Maburr BSM
- 5) Tabungan BSM Investa Cendikia (TIC)

6) Deposito BSM

7) Giro BSM

b. Produk Jasa

BSM memiliki sekitar 4 Produk Jasa, yaitu:

1) BSM Card/ ATM

2) BSM Call

3) BSM Mobile Banking GPRS (MBG)

4) BSM SMS Banking

5) BSM Net Banking/ Internet Banking

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet.

Manfaat : Untuk melakukan transaksi cek saldo (tabungan, deposito, giro, pembiayaan), cek mutasi transaksi, transfer antar rekening BSM, transfer *realtime* ke 83 bank, transfer SKN/RTGS, pembayaran tagihan dan pembelian isi ulang pulsa seluler serta transaksi lainnya.

Kebijakan Transaksi BI-RTGS:

Kebijakan pembatasan nominal transaksi RTGS untuk kepentingan nasabah yang mengatur sebagai berikut:

- a) Transaksi antar bank untuk kepentingan nasabah yang dapat dilakukan melalui sistem BI-RTGS yaitu nominal > Rp 100 juta.
- b) Untuk transaksi < Rp 100 juta (Rp 1 s.d Rp 100 juta) dilakukan melalui SKNBI.

Prosedur Pengaduan : Apabila terjadi permasalahan terkait BSM Net Banking misalnya tidak bisa *login*, terblokir karena salah *Password* 3 (tiga) kali berturut-turut atau masalah lainnya, nasabah dapat menghubungi BSM Call 14040 atau datang ke Cabang BSM terdekat.

Penghentian Akses : Akses layanan BSM Net Banking akan dihentikan oleh Bank apabila:

- a) Nasabah meminta kepada Bank untuk menghentikan akses layanan BSM Net Banking yang antara lain disebabkan oleh Nasabah menutup semua rekening yang dapat diakses melalui layanan BSM Net Banking.
- b) Salah memasukkan *Password* BSM Net Banking sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut.
- c) Bank melaksanakan suatu keharusan sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- d) Bank mengetahui dan mempunyai alasan untuk menduga bahwa penipuan atau aksi kejahatan telah atau akan dilakukan.
- e) Untuk melakukan aktivasi kembali karena penghentian akses layanan tersebut di atas, Nasabah harus melakukan pendaftaran ulang di Cabang BSM.

Tabel 4.2 Biaya Administrasi BSM Net Banking

No	Jenis Transaksi Layanan	Biaya (Rp)
1	Biaya Adm – Nasabah perorangan – Nasabah perusahaan	2.500/bulan 10.000/bulan
2	Cetak <i>Key Code</i> (Nasabah Baru)	Gratis
3	<i>Reissue</i> – User ID dan Password – PIN Otorisasi – TAN	3.000 3.000 Gratis
4	Multi Akses	100.000/bulan
5	Multi Level <i>Account</i>	100.000/bulan, <i>joining fee</i> 100.000
6	<i>Batch Transfer</i>	100.000/bulan

Limit Transaksi Harian

- a. Limit standar BNB
- b. Limit Non Standar BNB

Limit transaksi harian, baik limit standar BNB maupun limit non standar BNB diatur dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3 Limit Transaksi Standar BNB

No	Jenis Nasabah	Keterangan	Limit Harian
1	Nasabah	Limit 1 <i>default</i>	Rp25 juta
	Perorangan	Limit 2	Rp50 juta
		Limit 3	Rp100 juta
		Limit 4	Rp250 juta
2	Nasabah	Limit 1 <i>default</i>	Rp100 juta
	Perusahaan	Limit 2	Rp500 juta
		Limit 3	Rp1 Miliar

Tabel 4.4 Limit Non Standar BNB

No	Jenis Nasabah	Keterangan	Limit Harian
1	Nasabah Perorangan	-	-
2	Nasabah	Limit 1	Rp1 Miliar
	Perusahaan	Limit 2	Rp5 Miliar
		Limit 3	Rp10 Miliar
3	Nasabah Perusahaan Efek	<i>Unlimited</i>	

Tabel 4.5 Fitur dan Biaya Transaksi Net Banking

No	Fitur	Biaya (Rp)
1	Pembayaran Tagihan PLN	1.600
2	Pembayaran Premi Asuransi Takaful	3.500
3	Pembayaran Tiket Garuda	3.000
4	Pembayaran Akademik	Nominal bervariasi
5	Pembayaran SPO (Sistem Pembayaran <i>Offline</i>)	Nominal bervariasi
6	Pembayaran Tagihan Indosat Postpaid (Matrix)	Gratis
7	Pembayaran Tagihan Indosat Postpaid (Starone Postpaid)	Gratis
8	Pembayaran Tagihan Telkom Postpaid (Telkom)	2.000
9	Pembayaran Tagihan Telkom Postpaid (Speedy)	2.000
10	Pembayaran Tagihan Telkom Postpaid (Telkomvision)	2.000
11	Pembayaran Tagihan Telkom Postpaid (Flexi Postpaid)	2.000
12	Pembayaran Tagihan Telkomsel Halo	Gratis
13	Isi Ulang Voucher Telkomsel (Simpati)	Gratis
14	Isi Ulang Voucher Telkomsel (Kartu As)	Gratis
15	Isi Ulang Indosat Prepaid (Starone Prepaid)	Gratis
16	Isi Ulang Indosat Prepaid (IM3)	Gratis
17	Isi Ulang Indosat Prepaid (Mentari)	Gratis

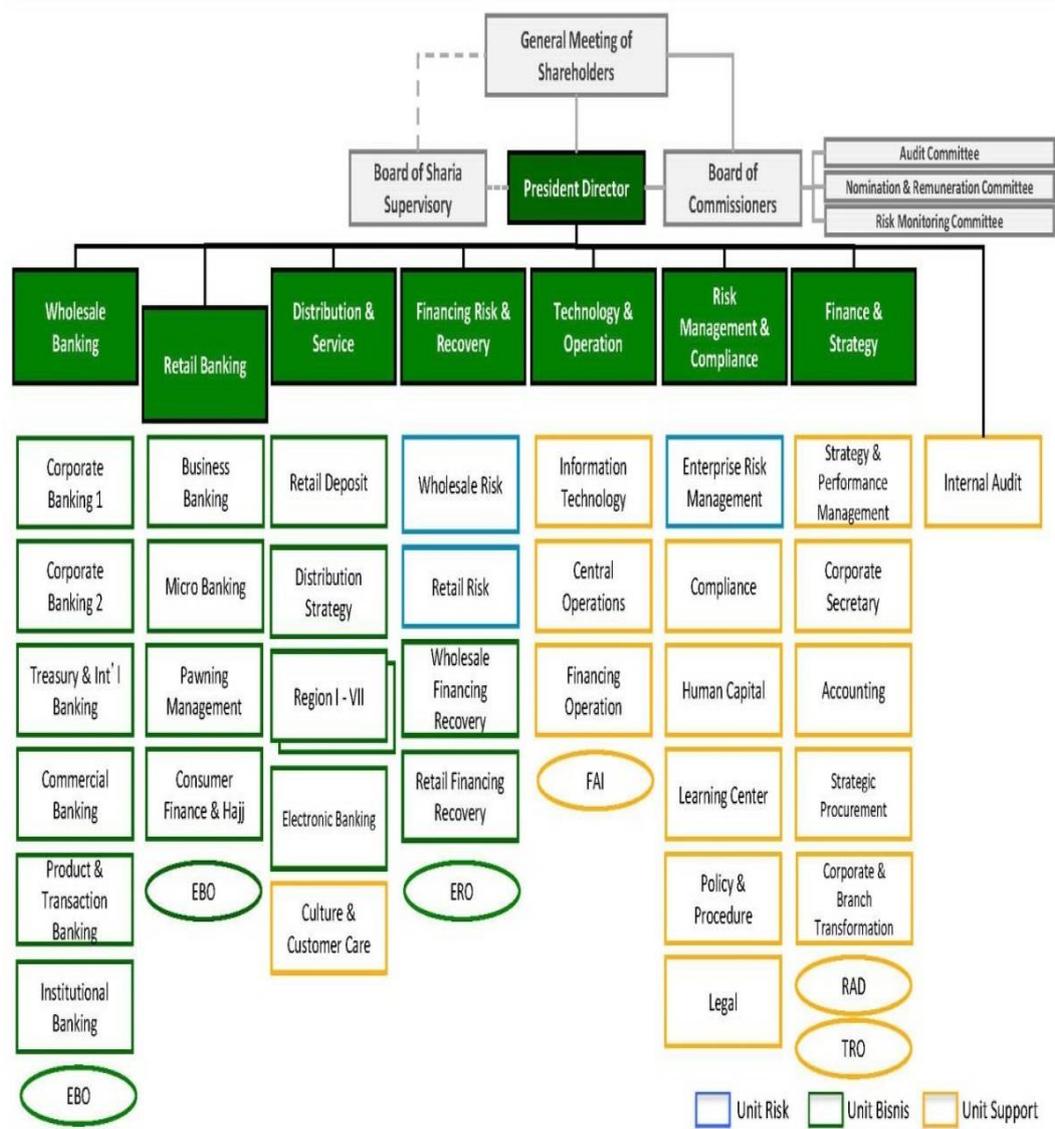
18	Isi Ulang Telkom Prepaid (Flexi Prepaid)	Gratis
19	Isi Ulang Listrik Prabayar	1.600
20	Transfer Antar Rekening di BSM	Gratis
21	Transfer Antar Bank Via Jaringan ATM Bersama*	6.500
22	Transfer Antar Bank Via Jaringan Prima*	6.500
23	Transfer Antar Bank Via SKN	5.000
24	Transfer RTGS	15.000
25	Transfer Tunai Via PT. POS	25.000
26	Informasi Saldo Tabungan	Gratis
27	Informasi Mutasi Rekening Tabungan	Gratis
28	Informasi Rekening Deposito	Gratis
29	Informasi Rekening Pembiayaan	Gratis
30	Perubahan PIN/PIN Otorisasi	Gratis

c. Produk pembiayaan

Ada beberapa macam produk pembiayaan unggulan di BSM, antara lain:

- 1) Pembiayaan Griya BSM
- 2) Pembiayaan BSM Oto
- 3) Pembiayaan Edukasi BSM
- 4) Pembiayaan BSM *Customer Network Financing*
- 5) Pembiayaan Umrah
- 6) Pembiayaan Talangan Haji

5. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat

Sumber: www.syariahmandiri.co.id

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Karakteristik Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa UMY semua jurusan yang menggunakan layanan *internet banking* Bank Syariah Mandiri. Berikut adalah data responden berdasarkan jenis kelamin yang berjumlah 60 responden. Hasil penelitian karakteristik responden terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Jenis Kelamin Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Prosentase	Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	15	25%	100%
	Perempuan	45	75%	
	Total	60		

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil perhitungan deskriptif responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 15 responden atau 25 persen lebih sedikit dibandingkan dengan responden perempuan yang berjumlah 45 responden atau 75 persen dengan total keseluruhan responden sebanyak 60 responden.

Tabel 4.7 Usia Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Prosentase	Jumlah
Usia	18	4	6.7%	100%
	19	7	11.7%	
	20	13	21.7%	
	21	25	41.7%	
	22	11	18.3%	
	Total	60		

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil deskriptif responden dalam tingkat usia dapat dilihat dari tabel 4.8 dari usia 18 tahun hingga 22 tahun. Responden dengan tingkat usia 18 tahun berjumlah 4 responden (6.7 persen), responden usia 19 tahun berjumlah 7 responden (11.7 persen), responden usia 20 tahun berjumlah 13 responden (21.7 persen), responden usia 21 tahun berjumlah 25 responden (41.7 persen) dan responden usia 22 tahun berjumlah 11 responden (18.3 persen).

Tabel 4.8 Semester Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Prosentase	Jumlah
Semester	2	4	6.7%	100%
	4	3	5.0%	
	6	18	30.0%	
	8	35	58.3%	
	Total	60		

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan data diatas menunjukkan tingkatan semester responden pengguna layanan *internet banking* Bank Syariah Mandiri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam menentukan responden peneliti tidak menempatkan kriteria semester tertentu karena responden dipilih secara acak sesuai ketentuan yang telah ditetapkan.

Tabel 4.9 Fakultas Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Prosentase	Jumlah
Fakultas	FAI	17	28.3%	100%
	FE	19	31.7%	
	FH	4	6.7%	
	FISIPOL	9	15.0%	
	FK	2	3.3%	
	FP	4	6.7%	
	FT	3	5.0%	
	KU	2	3.3%	
	Total	60		

Sumber: Data primer diolah, 2016

Dari hasil pengolahan data primer di atas prosentase terbesar usia untuk responden adalah 21 tahun sebesar 41.7 persen. Prosentase terbesar pengguna *internet banking* untuk semester responden adalah semester 8 (delapan) sebesar 58.3 persen. Sedangkan prosentase terbesar untuk fakultas responden adalah FAI (Fakultas Agama Islam) sebesar 28.3 persen.

2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur atau menguji apakah tiap butir pertanyaan dalam kuesioner telah benar-benar faktor dan indikator untuk diteliti. Dalam melakukan uji validitas teknik yang digunakan adalah teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan ketentuan instrumen yang dikatakan valid bila r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel, namun jika sebaliknya maka akan dikatakan tidak valid sehingga harus digantikan atau dibuang.

Dalam uji validitas ini menggunakan $n = 30$ dengan taraf kesalahan 5 persen atau 0.05, maka nilai r tabel 0.361. Dalam uji validitas yang dilakukan jika ada indikator pertanyaan yang tidak valid maka dapat dihapus atau diganti dengan pertanyaan baru, namun dalam penelitian ini indikator pertanyaan yang tidak valid dihilangkan atau dihapus untuk dijadikan indikator pertanyaan dalam uji regresi linier berganda selanjutnya. Penelitian ini dilakukan 2 kali yang pertama untuk dijadikan uji validitas dengan $n = 30$ dan untuk yang kedua setelah didapatkan dari hasil uji validitas maka, indikator yang tidak valid dihapus dan dilakukan pengujian kembali untuk penelitian dengan analisis regresi berganda menggunakan $n = 60$. Maka, hasil uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Person Corelation	N	Nilai P (Sig)	Ket
1	Realiabilitas	X1.1	0.773	30	0.000	Valid
		X1.2	0.696	30	0.000	Valid
		X1.3	0.834	30	0.000	Valid
		X1.4	0.191	30	0.000	Tidak Valid
		X1.5	0.785	30	0.000	Valid
No	Variabel	Item	Person Corelation	N	Nilai P (Sig)	Ket
2	Acces	X2.1	0.691	30	0.000	Valid
		X2.2	0.688	30	0.000	Valid
		X2.3	0.731	30	0.000	Valid
		X2.4	0.788	30	0.000	Valid
		X2.5	0.230	30	0.222	Tidak Valid
No	Variabel	Item	Person Corelation	N	Nilai P (Sig)	Ket
3	Comunication	X3.1	0.603	30	0.000	Valid
		X3.2	0.804	30	0.000	Valid
		X3.3	0.216	30	0.251	Tidak Valid
		X3.4	0.707	30	0.000	Valid
		X3.5	0.733	30	0.000	Valid

No	Variabel	Item	Person Corelation	N	Nilai P (Sig)	Ket
4	Credibility	X4.1	0.729	30	0.000	Valid
		X4.2	0.755	30	0.000	Valid
		X4.3	0.601	30	0.000	Valid
		X4.4	0.725	30	0.000	Valid

No	Variabel	Item	Person Corelation	N	Nilai P (Sig)	Ket
5	Security	X5.1	0.687	30	0.000	Valid
		X5.2	0.206	30	0.276	Tidak Valid
		X5.3	0.727	30	0.000	Valid
		X5.4	0.697	30	0.000	Valid
		X5.5	0.830	30	0.000	Valid

No	Variabel	Item	Person Corelation	N	Nilai P (Sig)	Ket
6	Loyalitas Nasabah	Y.1	0.603	30	0.000	Valid
		Y.2	0.675	30	0.000	Valid
		Y.3	0.661	30	0.000	Valid
		Y.4	0.761	30	0.000	Valid
		Y.5	0.704	30	0.000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, masing-masing item pertanyaan yang memiliki nilai (ρ) di bawah satandar signifikansi 0,05 sehingga setiap item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur setiap

variabel dinyatakan valid. Ditunjukkan dengan nilai *Person Correlation* atau r hitung $>$ r tabel dengan ketentuan r tabel 0.361. Dan hasil yang menunjukkan tidak valid atau nilai r hitung $<$ r tabel di hapus dari indikator pertanyaan.

Hasil dari uji validitas menunjukkan X1.4 dengan nilai *person correlation* 0.191 dan nilai Sig. 0.313, X2.5 dengan nilai *person correlation* 0.230 dan nilai Sig. 0.222, X3.3 nilai *person correlation* 0.216 dan Sig. 0.251 dan X5.2 dengan nilai *person correlation* 0.206 dan Sig. 0.276 dinyatakan tidak valid karena nilai r hitung $<$ r tabel atau nilai *person correlation*. Maka keempat indikator pernyataan yang tidak valid tersebut dihapus dari indikator pertanyaan dan tidak diikuti sertakan kembali untuk menjadi indikator dalam penelitian selanjutnya.

3. Hasil Uji Realibilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat kestabilan dari suatu alat ukur. Untuk mengetahui reliabilitas dari butir pertanyaan dari kuesioner digunakan teknik *Cronbach's Alpha*, dengan ketentuan reliabel apabila diatas 0.6 maka, variabel yang di uji dinyatakan reliabel dengan standar 0.6. Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Realiabilitas	0.652	Reliabel
Acces	0.641	Reliabel
Communication	0.627	Reliabel
Credibility	0.634	Reliabel
Security	0.617	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0.688	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan SPSS 16 maka dari hasil data yang diperoleh pada tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel tersebut mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0.6. atau nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari standar minimal nilai reliabel yaitu 0.6. Sehingga setiap variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Persamaan Regresi atau Uji Regresi Berganda

Regresi berganda atau regresi linier berganda merupakan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh

variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hasil dari uji regresi berganda menggunakan SPSS 16 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	B	Koefisien Regresi	T	Sig
Konstanta	-0.455			
Reliability	0.284	0.271	3.215	0.002
Acces	0.178	0.165	2.059	0.044
Comunication	0.213	0.201	2.733	0.008
Credibility	0.282	0.265	3.008	0.004
Security	0.196	0.247	2.843	0.006

Sumber: Data primer diolah, 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = (-0.455) + 0.284X_1 + 0.178X_2 + 0.213X_3 + 0.282X_4 + 0.196X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ = Variabel independen

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien regresi

e = Error

Penjelasan persamaan tersebut sebagai berikut:

- b. Konstanta sebesar -0.455: artinya apabila variabel kualitas layanan (*reliability, acces, communication, credibility, security*) tidak ada atau sama dengan nol (0), maka loyalitas nasabah nilainya sebesar -0.455.
- c. Koefisien regresi variabel *Reliability* sebesar 0.284: artinya apabila ada kenaikan pada nilai variabel *Reliability*, maka loyalitas nasabah pengguna layanan *internet banking* akan mengalami peningkatan sebesar 0.284.
- d. Koefisien regresi variabel *Access* sebesar 0.178: artinya apabila ada kenaikan pada nilai variabel *Access*, maka loyalitas nasabah pengguna layanan *internet banking* akan mengalami peningkatan sebesar 0.178.
- e. Koefisien regresi variabel *Communication*, sebesar 0.213: artinya apabila ada kenaikan pada nilai variabel *Communication*, maka loyalitas nasabah pengguna layanan *internet banking* akan mengalami peningkatan sebesar 0.213.
- f. Koefisien regresi variabel *Credibility* sebesar 0.282: artinya apabila ada kenaikan pada nilai variabel *Credibility*, maka loyalitas nasabah pengguna layanan *internet banking* akan mengalami peningkatan sebesar 0.282.
- g. Koefisien regresi variabel *Security* sebesar 0.196: artinya apabila ada kenaikan pada nilai variabel *Security*, maka loyalitas nasabah

pengguna layanan *internet banking* akan mengalami peningkatan sebesar 0.196.

Berdasarkan hasil regresi pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa dari 5 (lima) dimensi kualitas layanan semua variabelnya mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *internet banking* dengan probabilitas atau nilai signifikansinya untuk setiap variabel lebih kecil dari 0.05.

2. Hasil Uji t atau Parsial

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0.05 atau dalam bentuk persen sebesar 5 persen. Hipotesis dapat diuji dengan taraf α (*alpha*) = 5 persen dapat dijelaskan di bawah ini:

Pengambilan keputusan berdasarkan nilai t hitung dan t tabel dengan kriteria:

- a. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi $t > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak.
- b. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai signifikansi $t < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Koefisien Beta	T	Sig
Reliability	0.271	3.215	0.002
Acces	0.165	2.059	0.044
Comunication	0.201	2.733	0.008
Credibility	0.265	3.008	0.004
Security	0.247	2.843	0.006

Sumber: Data primer diolah, 2016

a. Kualitas Layanan *Internet Banking* dari *Reliability*

Berdasarkan hasil data analisis di atas dapat disimpulkan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0.05. dan untuk menentukan t tabel dengan $\alpha = 5$ persen atau 0.05 dengan derajat kebebasan (df) $n - k - 1$ yaitu n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen. Sehingga dapat diperoleh $df = n - k - 1 = 60 - 5 - 1 = 54$ dengan pengujian signifikansi = 0.05 hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 1.674.

Maka berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.14 dapat diartikan bahwa nilai t tabel = 1.674 dan menunjukkan t hitung sebesar 3.215 dengan nilai sig. t = 0.002 < *Level of Significant* = 0.05. dari hasil tersebut maka variabel *reliability* (X1) dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

pengguna *internet banking* (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 dapat diterima karena nilai t hitung $>$ t tabel ($3.215 > 1.674$), artinya bahwa *reliability* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Nilai t hitung positif, yang berarti pengaruh yang terjadi adalah positif.

b. Kualitas Layanan *Internet Banking* dari *Acces*

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diartikan bahwa nilai t tabel = 1.674 dan menunjukkan t hitung sebesar 2.059 dengan nilai sig. $t = 0.044 < Level\ of\ Significant = 0.05$. dari hasil tersebut maka variabel *Acces* (X2) dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 dapat diterima karena nilai t hitung $>$ t tabel ($2.059 > 1.674$), artinya bahwa *Acces* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Nilai t hitung positif, yang berarti pengaruh yang terjadi adalah positif.

c. Kualitas Layanan *Internet Banking* dari *Comunication*

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diartikan bahwa nilai t tabel = 1.674 dan menunjukkan t hitung sebesar 2.733 dengan nilai sig. $t = 0.008 < Level\ of\ Significant = 0.05$. dari hasil tersebut maka variabel *communication* (X3) dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 dapat

diterima karena nilai t hitung $>$ t tabel ($2.733 > 1.674$), artinya bahwa *Communication* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Nilai t hitung positif, yang berarti pengaruh yang terjadi adalah positif.

d. Kualitas Layanan *Internet Banking* dari *Credibility*

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diartikan bahwa nilai t tabel = 1.674 dan menunjukkan t hitung sebesar 3.008 dengan nilai sig. $t = 0.004 <$ *Level of Significant* = 0.05. dari hasil tersebut maka variabel *Credibility* (X4) dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 dapat diterima karena nilai t hitung $>$ t tabel ($3.008 > 1.674$), artinya bahwa *Credibility* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Nilai t hitung positif, yang berarti pengaruh yang terjadi adalah positif.

e. Kualitas Layanan *Internet Banking* dari *Security*

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diartikan bahwa nilai t tabel = 1.674 dan menunjukkan t hitung sebesar 2.843 dengan nilai sig. $t = 0.006 <$ *Level of Significant* = 0.05. dari hasil tersebut maka variabel *Security* (X5) dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 dapat diterima karena nilai t hitung $>$ t tabel ($2.843 > 1.674$), artinya bahwa *Security*

secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Nilai t hitung positif, yang berarti pengaruh yang terjadi adalah positif.

f. Variabel dominan

Untuk mengetahui variabel yang paling dominan dari kelima variabel kualitas layanan (*reliability, access, communication, credibility* dan *security*) terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking* BSM dapat dilihat pada tabel 4.14 dari nilai *Standardized Coefficients Beta* atau koefisien beta yang menunjukkan bahwa variabel dominan adalah variabel *reliability* (kehandalan) dengan nilai koefisien beta sebesar 0.271 yang lebih tinggi dari nilai koefisien beta variabel-variabel lainnya.

3. Hasil Uji F atau Simultan

Uji F atau uji koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 0.05. Menentukan F tabel dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 persen, $\alpha = 5$ persen, $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1 = 6 - 1 = 5$ dan $df_2 (n-k-1) = 60-5-1 = 54$ sehingga hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar 2.386. kriteria pengujian sebagai berikut:

$H_0 = \text{Reliability, Acces, Comunication, Credibility, dan Security}$ secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

$H_a = Reliability, Acces, Communication, Credibility, dan Security$ secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. H_0 diterima bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$.
- b. H_0 ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.

Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)

Model	Mean Square	F	Sig
Regresi	26.215	42.760	0.000

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel hasil uji Anova atau *F test* di atas didapat nilai F hitung sebesar 42.760 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. sedangkan F tabel yang di peroleh sebesar 2.386. Maka nilai $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($42.760 > 2.386$) sehingga H_0 ditolak. Artinya *Reliability, Acces, Communication, Credibility, dan Security* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pengguna *internet banking* Bank Syariah Mandiri.

4. Hasil Uji Determinasi (R Square)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada output *Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda. Menurut Santoso

(2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas adalah nilai Adjusted R² sebagai koefisien determinasi Adjusted R Square adalah nilai R Square yang telah disesuaikan.

Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi

Model	R	Adjusted R Square	Std.Error
1	0.894	0.780	0.78299

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.18 diatas nilai Adjusted R Square adalah 0.780 atau (78.0 persen). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu *Reliability*, *Acces*, *Comunication*, *Credibility*, dan *Security* sebesar 78 persen sedangkan sisanya sebesar 22 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Reliability (Kehandalan)

Reliability (kehandalan) merupakan kemampuan layanan *internet banking* dalam melakukan atau memproses transaksi yang dilakukan nasabah dengan cepat, akurat dan mudah. Dari hasil uji regresi linier berganda yang telah dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel 4.13 yang menunjukkan bahwa *reliability* mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pengguna layanan *internet banking*.

Menentramkan

mandiri syariah

BSMNet | SARIFATUL LATIFAH | 77066196 | 77066196 | 27-07-

Transaksi : Pembelian

Aplikasi Pembelian

Rekening Sumber

Rekening: 7094228907 / XXX - IDR - SARIFATUL LATIFAH

Data Pembelian

Jenis Pembelian: Voucher Three

Nomor Pembelian *: 08993396629

Verifikasi Aplikasi Pembelian

Catatan :

Kolom nomor pembelian diisi No. ID Pelanggan atau No. Ponsel

Copy Right © 2016 - PT Bank Syariah Mandiri

Gambar 4.2 Aplikasi Pembelian Pulsa

Dalam variabel reliability atau kehandalan ini indikator yang dijadikan penelitian adalah proses transaksi yang tepat, cepat, kemudahan dalam proses penggunaan layanan serta fitur-fitur layanan yang lengkap dan sesuai kebutuhan nasabah, serta adanya data mutasi yang disediakan bank dalam layanan *internet banking* selama 3 tahun terakhir ini. Seperti contoh transaksi pembelian pada gambar 4.2 diatas menunjukkan kemudahan nasabah untuk memilih pembelian yang diinginkan atau dibutuhkan nasabah. Setelahnya akan dilakukan verifikasi untuk menyetujui proses pembelian yang akan dilakukan nasabah.

Transaksi : Pembelian - Verifikasi

Verifikasi Pembelian

Rekening Sumber
Rekening: 7094228907 - SARIFATUL LATIFAH

Data Pembelian
Jenis Pembelian: Voucher Three
Nomor Pembelian: 08993396629
Jumlah: 20,000

Otorisasi
TAN: 596334 6 digit
Pin Otorisasi:

[Submit Pembelian](#)

CATATAN:

Copy Right © 2016 - PT Bank Syariah Mandiri

Gambar 4.3 Verifikasi Pembelian Pulsa

Transaksi : Pembelian

 **Transaksi Pembelian**

Rekening Sumber
Rekening: 7094228907 - SARIFATUL LATIFAH

Data Pembelian
Tanggal / Jam: 27-07-2016 / 15:47:05
Terminal: B77066196
Jenis Pembelian: Voucher Three
Jumlah: 20,000.00
Nomor Pembelian: 08993396629
Reff.: 1522102 00000002
ID Transaksi: 20160727
No. Transaksi: FT16209H2VTR
No. Struk: 00303892

>> cetak <<

Copy Right © 2016 - PT Bank Syariah Mandiri

Gambar 4.4 Bukti Pembelian

Setelah verifikasi disetujui nasabah maka nasabah akan mendapatkan bukti pembelian yang telah disetujui. Dalam proses pembelian pulsa ini dimulai pukul 15:45 dalam proses pengisian verifikasi pembelian dan pada pukul 15:47:05 proses pembelian telah berhasil dan pulsa masuk pada nomor atau kartu yang dituju pada pukul 15:48. Sehingga dapat disimpulkan melakukan transaksi hanya membutuhkan

waktu 3 menit, proses pembelian dapat dilakukan dengan cepat, tepat dan mudah udah nasabah.

BSMNet SARIFATUL LATIFAH 77066196 77066196 27-07-2016								
Mutasi Rekening								
Rekening:	IDR 7094228907 - SARIFATUL LATIFAH (6010)							
Cabang:	ID0010409							
Periode:	27-07-2016 s/d 27-07-2016							
Total Debet (dim Periode):	20,000.00							
Total Kredit (dim Periode):	20,000.00							
Saldo Ril per 27-07-2016:	119,548.08							
Saldo per 27-07-2016:	119,548.08							
No	Waktu Transaksi	Tanggal Valuta	No. Referensi	Deskripsi	Debet	Kredit	Saldo	Kode
1	27-07-2016 15:16	27-07-2016	FT1620953QJ3	Beli Telkom: 081227128536		20,000.00	139,548.08	977
2	27-07-2016 15:16	27-07-2016	FT1620953QJ3	Beli Telkom: 081227128536	20,000.00		119,548.08	977
>> versi cetak <<								
Copy Right © 2016 - PT Bank Syariah Mandiri								

Gambar 4.5 Mutasi Rekening

Jika nasabah ingin mengetahui transaksi yang telah dilakukan maka layanan *internet banking* Bank Syariah Mandiri telah menyediakan data-data mutasi selama 3 tahun terakhir. Dengan kemudahan yang ditawarkan layanan *internet banking* yang telah disediakan bank maka kualitas layanan *internet banking* dari variabel *reliability* (kehandalan) mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah karena kemudahan dan efisiensi waktu yang diberikan untuk nasabah.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Chopipah (2013) menunjukkan nilai positif berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis $13.024 > 1.98729$ dengan nilai Sig. $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *reliability* (kehandalan) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Pembahasan diatas menunjukkan bahwa H_0 di tolak yang artinya bahwa *reliability* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nsabah pengguna *internet banking*. Sesuai dengan hasil analisis pada tabel 4.13 yang menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.215 > 1.674$) dengan nilai $sig. t = 0.002 < 0.05$.

2. Access (Akses)

Hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.13 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel *access* (akses) terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Dalam penelitian ini indikator untuk variabel *access* adalah kemudahan dalam mengakses layanan *internet banking* 24 jam, adanya konfirmasi layanan setelah berhasil atau gagal melakukan transaksi dengan *internet banking*. Dapat di log out dengan mudah dan dapat log out otomatis, tersedianya layanan *call canter* jika terjadi masalah atau mendapat kesulitan dalam melakukan transaksi layanan *internet banking*



Gambar 4.6 Pemberitahuan Transaksi Pembelian Gagal

Layanan *internet banking* akan langsung memberikan laporan transaksi yang dilakukan berhasil, gagal ataupun jika akan terjadinya transaksi berulang yang dilakukan nasabah dalam proses transaksi pembelian maupun pembayaran yang sedang atau akan di proses seperti pada gambar 4.6 yang terdeteksi oleh system bahwa nasabah akan melakukan transaksi berulang sehingga harus dipastikan untuk nasabah check data mutasi transaksi agar tidak terjadi pengulangan transaksi.



Gambar 4.7 Attention Kesalahan Transaksi



Gambar 4.8 BSMNet dan bsm Call Canter

Untuk kemudahan dalam mengakses layanan *internet banking* jika terjadi kesalahan seperti melupakan User-ID atau password yang menyebabkan Net Banking terblokir maka disediakan layanan BSM Call Center 14040 atau 021 29534040 yang dibisa di hubungi 24 jam.

Layanan *internet banking* adalah layanan pelanggan secara *online*, layanan ini mungkin tidak nampak pada pengguna dan pada yang lain. Hal ini akan berkaitan dengan emosi atau perasaan dari pengguna karena tidak terdapat interaksi antar manusia. Sementara Parasuraman et al. (2005) menggunakan dimensi *contact* yang menjelaskan kemampuan asistensi melalui telepon atau representatif *online* dalam konteks toko *online*. Sehingga pada penggunaannya nasabah lebih dominan menggunakan layanan secara *online* melalui telepon atau computer untuk mengakses dan berkomunikasi dengan pihak bank jika terjadi masalah saat melakukan transaksi.

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *access* (akses) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Pembahasan diatas menunjukkan bahwa H_0 di tolak yang artinya bahwa *access* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nsabah pengguna *internet banking*. Sesuai dengan hasil analisis pada tabel 4.13 yang menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel ($2.059 > 1.674$), dengan nilai sig. $t = 0.044 < 0.05$.

3. Communication (Komunikasi)

Pada tabel 4.13 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel *communication* (komunikasi) terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Dalam penelitian ini indikator untuk variabel *communication* adalah kemudahan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan nasabah. Seperti informasi dalam penggunaan layanan *internet banking* dengan jelas dan mudah untuk dimengerti oleh nasabah. Seperti pada gambar 4.8 yang merupakan halaman utama layanan *internet banking* yang memuat tentang informasi-informasi dan cara penggunaan layanan *internet banking* untuk melakukan transaksi transfer, pembayaran tagihan listrik, pembelian pulsa dan berbagai informasi untuk layanan yang disediakan Bank Syariah Mandiri dalam layanan *internet banking*.

Untuk cara transaksi lebih rincinya untuk transaksi pembayaran ada pada saat nasabah membuka layanan untuk pembayaran yang disediakan dengan cara transiknya dengan lebih jelas dan mudah dipahami seperti pada gambar 4.9 yang dijelaskan secara rinci cara pengisian dan juga biaya yang akan dikenakan jika melakukan transaksi tersebut.

Menu Utama

- Halaman Depan
- Informasi
- Logout

Rekening

- Tabungan dan Giro
- Deposito
- Pembiayaan

Transfer

- B S M
- Online Antar Bank
- Kliring atau SKN
- R T G S
- Transfer Tunai (PT POS)
- Spesial

Payment

- Pembayaran
- Pembelian
- Payment - Offline

Inquiry

- Transfer Uang Tunai
- Token Listrik Prabayar

Admin

- Ganti Password
- Ganti PIN Otorisasi

« « » »

BSMNet

Selamat datang di **BSMNet**.

Jangan lupa lakukan **logout** setelah anda selesai menggunakan aplikasi ini.

Terima kasih.

::: Transfer Realtime ::: 28/01/2010

Gunakan BSMNet untuk melakukan transfer **realtime** (hingga Rp25 juta per transaksi) ke berbagai bank yang tergabung dalam jaringan **ATM Prima** dan **ATM Bersama**.

::: Pembelian Pulsa voucher Telkomsel & Pembayaran Telkomsel Halo ::: 28/01/2010

Gunakan BSMNet untuk pembelian isi ulang pulsa **Telkomsel (Simpati dan AS)** tersedia pulsa Rp20.000,- s.d Rp1.000.000,- dan pembayaran tagihan Telkomsel Kartu Halo.

::: Pembelian Pulsa Indosat prepaid & Pembayaran Indosat postpaid ::: 22/04/2013

Gunakan BSMNet untuk pembelian isi ulang pulsa **Indosat (IM3, Mentari, Starone)** tersedia pulsa Rp25.000,-, Rp50.000,- dan Rp100.000,- dan pembayaran tagihan **Indosat (Matrix dan Starone)**.

::: Pembelian Pulsa Telkom prepaid & Telkom postpaid ::: 22/04/2013

Gunakan BSMNet untuk pembelian isi ulang pulsa **Telkom Flexi** tersedia pulsa Rp20.000,- s.d Rp500.000,- dan pembayaran tagihan **Telkom (Telkom, Telkomvision, Speedy, Flexi)**.

::: Pembayaran Tagihan Listrik PLN dan Pembelian Isi Ulang Listrik PLN ::: 22/03/2011

Nikmati kemudahan **pembayaran tagihan listrik PLN paskabayar dan pembelian isi ulang listrik PLN Prabayar**.

::: Transfer Uang Tunai ::: 28/01/2010

Nikmati kemudahan pengiriman uang ke penerima yang tidak mempunyai rekening bank. Uang kiriman dapat diambil di lebih dari **4000 kantor pos online** di seluruh pelosok Indonesia.

::: Batch Transfer ::: 28/01/2010

Nikmati fasilitas Batch Transfer bagi pengguna BSMNet perusahaan untuk melakukan **transfer online secara masal ke berbagai bank** hanya dalam sekali proses. Misal, untuk pembayaran gaji karyawan yang tersebar di berbagai bank, pembayaran tagihan ke berbagai pihak dan lain-lain. Hubungi cabang BSM terdekat untuk mendapatkan fasilitas ini.

::: Layanan Email Notifikasi ::: 01/01/2015

Gunakan layanan email notifikasi sebagai sarana informasi kepada nasabah yang menerima transfer.

::: Pembayaran dan Pembelian/Isi ulang pulsa Layanan Multibiller ::: 18/09/2015

Gunakan BSMNet untuk transaksi pembelian isi ulang pulsa layanan Multibiller (**Three (3) dan Smartfren**), serta pembayaran tagihan layanan Multibiller (**Indovision, Top TV, Oke, Citilink**).

Gambar 4.9 Halaman utama NetBanking dan informasinya

Transaksi : Pembayaran

Aplikasi Pembayaran

Rekening Sumber

Rekening:

Data Pembayaran

Jenis Pembayaran:

Nomor Pembayaran *:

Catatan :

1. Kolom nomor pembayaran diisi No. ID Pelanggan atau No. Pembayaran atau No. Ponsel atau No. Induk Pelajar
2. Langkah-langkah pembayaran Akademik:
 - a. Pilih rekening Anda.
 - b. Pada kolom Jenis Pembayaran, pilih menu Akademik.
 - c. Pada kolom Nama Lembaga, pilih nama universitas/institusi Anda.
 - d. Masukkan nomor pembayaran Anda.
3. Biaya admin PLN Postpaid adalah Rp3.000,-.
4. Biaya admin Telkom Postpaid adalah Rp2.500,-.

Copy Right © 2016 - PT Bank Syariah Mandiri

Gambar 4.10 Informasi Cara Transaksi Pembayaran

Pada penelitian yang dilakukan Sri Maharsi (2006) hasil dari persamaan, terlihat bahwa nilai t variabel laten COM berada di atas batas kritis 1,96, yaitu sebesar 2,34. Hal ini membuktikan terdapat pengaruh yang positif antara *communication* dan *trust*. Selain itu koefisien variabel laten SV (γ_2) memiliki nilai di bawah batas kritis 0,30, yaitu sebesar 0,25 dan terbukti signifikan secara statistik karena selisihnya hanya sedikit (0,05 dibawah batas kritis) dan nilai t yang dihasilkan jauh berada di atas batas kritis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *communication* berpengaruh positif dan signifikan pada kepercayaan dan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pengguna *internet banking* dengan nilai sebesar 25 persen.

Communication (komunikasi) dalam layanan *internet banking* sangat dibutuhkan untuk kemudahan nasabah dalam menggunakan layanan. Karena *internet banking* merupakan layanan yang terjadi antara aplikasi *internet banking* dengan pengguna layanan yang tidak melibatkan pihak bank secara langsung seperti *customer service* yang dapat menjelaskan atau membantu dalam proses transaksi. Sehingga, komunikasi pada layanan *internet banking* yang berbentuk informasi dan petunjuk penggunaan diharapkan akan mempermudah nasabah untuk menggunakan layanan dengan mudah, cepat dan tepat.

Maka dapat disimpulkan dari pembahasan diatas bahwa variabel *communication* (komunikasi) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Pembahasan diatas menunjukkan bahwa H_0 di tolak yang artinya bahwa *communication* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nsabah pengguna *internet banking*. Sesuai dengan hasil analisis pada tabel 4.13 yang menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel ($2.733 > 1.674$), dengan nilai sig. $t = 0.008 < 0.05$.

4. Credibility (Kredibilitas)

Pada tabel 4.13 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel *credibility* (kredibilitas) terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Dalam penelitian ini indikator untuk variabel *credibility* adalah nama baik yang telah tertanam pada Bank Syariah Mandiri tentang layanan *internet banking* yang membentuk kepercayaan dan keyakinan

nasabah tentang reputasi baik yang dimiliki bank dalam penyediaan layanan *internet banking*.

Kredibilitas menurut Parasuraman et al (1985) terjadi atas kepercayaan, keyakinan dan kejujuran. Hal ini akan menyebabkan ketertarikan hati pada pelanggan. Kredibilitas merupakan kontribusi dari nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter personal dan kontak person, tingkat hard sell dalam interaksi dengan pelanggan.

Sejauh ini reputasi yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) terkait dengan layanan *internet banking* cukup baik karena belum pernah terjadi atau adanya tindak kejahatan yang menjatuhkan nama BSM dalam kejahatan dengan layanan *internet banking* pada saat proses transaksi, seperti contoh modus kejahatan dalam proses transaksi *internet banking* adalah:

- a. Waspada! Bahaya 'Typo Site' Modus kejahatan *typo site* ini terbilang cukup unik dan seringkali tidak disadari oleh korbannya. Caranya, pelaku membuat situs yang memiliki nama yang hampir serupa dengan situs resmi lainnya. Misalnya saja, sebuah situs resmi yang memiliki alamat di <http://anakku.com/> dibuat samarannya dengan alamat <http://anaku.com/>. Nyaris tak bisa dibedakan.
- b. Waspada! Penipuan *Bermodus 'Phising' Phising*, adalah tindakan memperoleh informasi pribadi seperti *User ID & Password*, PIN, nomor rekening bank Anda secara tidak sah. Informasi ini kemudian akan dimanfaatkan oleh pihak penipu untuk mengakses rekening,

melakukan penipuan atau memandu nasabah untuk melakukan transfer ke rekening tertentu dengan iming-iming hadiah.

- c. Waspadai 'Keylogger' *Keylogger* adalah suatu aplikasi atau *software* yang dapat mengunci tombol *keyboard* dengan menggunakan program *logger* tertentu. Sehingga, apapun yang diketikkan oleh *user* di layar monitor, dapat terekam. Artinya, meskipun saat mengetikkan *Password* di kotak *Password* yang tampil di monitor hanyalah '*****' misalnya namun isi *Password* tersebut dapat terekam dan otomatis dapat terbaca. Hasil rekaman ini akan langsung tersimpan pada komputer dan dikirimkan melalui internet kepada si pencuri data tersebut. Bisa lewat e-mail, IRC (*Internet Relay Chat*) atau bahkan bisa diamati langsung secara *realtime* melalui *web*.

Seperti pada tahun 2015 BSM sempat mengalami penurunan kredibilitas karena adanya kasus Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Utama Bogor beberapa waktu lalu. Pelaku kejahatan ini adalah pihak internal bank di mana memberikan pembiayaan kepada 197 nasabah fiktif dengan total kredit mencapai Rp 102 miliar. Pada tahun 2015 BSM paling banyak mendapat pemberitaan negative selama februari 2015 (www.katapeda.co.id). Namun hal itu cepat diselesaikan pihak bank sehingga dapat mengembalikan reputasi bank tetap baik. Dan hal ini tidak berdampak pada kepercayaan nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking* BSM.

Kredibilitas atau reputasi baik suatu perusahaan (bank) yang memasarkan produk atau jasa menjadi faktor yang penting dalam meningkatkan kepercayaan nasabah. Begitu juga dengan loyalitas nasabah yang memiliki keterkaitan dengan reputasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki reputasi yang baik maka, nasabah akan menunjukkan sikap menyukai perusahaan tersebut dan loyal terhadap produk dan jasa perusahaan yang bersangkutan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rofifah Mau'idzah Hazanah (2015) menunjukkan adanya pengaruh positif antara *credibility* dengan loyalitas nasabah dari hasil analisis menunjukkan nilai Sig. $0.000 < 0.05$ dengan persamaan $Y = 10.312 + 0.758x$ dan nilai beta sebesar 0.758 serta Adjusted R Square sebesar 53,4 persen sehingga *credibility* atau reputasi memiliki pengaruh positif sebesar 53,4 persen terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*.

Dengan demikian, dari hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel *credibility* (komunikasi) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Dari hasil analisis SPSS yang telah dilakukan maka menunjukkan bahwa H_0 di tolak yang artinya bahwa *credibility* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nsabah pengguna *internet banking*. Sesuai dengan hasil analisis pada tabel 4.16 yang menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel ($3.008 > 1.674$), dengan nilai sig. $t = .004 < 0.05$.

5. Security (Keamanan)

Pada tabel 4.13 menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel *securiry* (keamanan) terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Dalam penelitian ini indikator untuk variabel *security* adalah keamanan yang diberikan bank yang meliputi keamanan fisik maupun keamanan financial nasabah. Rekening dapat diblokir bila user ID dan PIN saya diketahui orang lain. Kemanan *internet banking* BSM yang mengguna TAN dan hanya bisa digunakan dalam satu kali transaksi sehingga keamananya terjaga, serta dengan adanya pin otorisasi yang semakin meningkatkan keamanan layanan *internet banking*. Untuk TAN tersendiri nasabah akan diberikan 100 nomor kombinasi enam angka TAN yang hanya bisa digunakan sekali penggunaan transaksi.

Dibawah ini adalah contoh saat nasabah pengguna *internet banking* akan masuk pada aplikasi layanan dan pemberitahuan mengenai keamanan nasabah saat akan melakukan transaksi.



Gambar 4.11 log in BSMNet dan Pemberitahuan Keamanan

Verifikasi Pembelian

Rekening Sumber
 Rekening: 7094228907 - SARIFATUL LATIFAH

Data Pembelian
 Jenis Pembelian: Telkom - Prepaid
 Nomor Pembelian: 081227128536
 Jumlah:

Otorisasi
 TAN: 6 digit
 Pin Otorisasi:

CATATAN:
 Copy Right © 2016 - PT Bank Syariah Mandiri

Gambar 4.12 Keamanan dengan TAN dan Pin Otorisasi

Pada gambar 4.12 menunjukkan keamanan dalam melakukan transaksi pembelian dalam verifikasi transaksi dengan tingkat keamanan TAN serta pin otorisasi. Dengan begitu keamanan layanan *internet banking* tidak hanya dari User-ID dan password melainkan ditambah keamanan dengan TAN dan pin otorisasi yang membuat nasabah lebih merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi dengan *internet banking*.

Menurut Hamadi (2010) *Finance Security* adalah faktor bahwa pelanggan berpersepsi informasi banknya aman dan tidak ada orang lain yang dapat mengakses akunnya. Sehingga, ketika bank memiliki nilai keamanan dan kerahasiaan dalam layanan *internet banking* maka bank tersebut akan berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai tersebut. Begitu juga dengan pengguna yang memiliki keyakinan terhadap

kerahasiaan dan keamanan yang sama dengan bank, maka pengguna akan memilih layanan *internet banking* yang telah diyakini.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mujilan (2013) menunjukkan hasil analisis variabel *security* berpengaruh positif dan signifikan pada *internet banking*. Dengan nilai Sig. $0.088 < 0.05$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak yang artinya bahwa *security* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pengguna *internet banking*. Sesuai dengan hasil analisis pada tabel 4.13 yang menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel ($2.843 > 1.674$), dengan nilai sig. $t = 0.006 < 0.05$.