

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi telah menciptakan banyak terobosan-terobosan baru di segala bidang. Setiap inovasi perkembangan teknologi informasi tersebut telah banyak digunakan dan semakin memudahkan bagi para penggunanya. Berkembangnya bentuk sistem dan sistem komputerasi mulai dari PC (*Personal Computer*), ke laptop hingga ke computer genggam dan juga terjadinya perubahan sistem personal computer menjadi sistem jaringan yaitu LAN (*Local Area Network*) yang mampu menghubungkan banyak unit komputer pada satu area tertentu, sampai dengan jaringan internet yang tidak terbatas jaringannya. Internet telah merubah banyak hal, khususnya di dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi dan sistem jaringannya yang luas yang menciptakan banyak kemudahan akses informasi secara cepat dan lebih fleksibel. Teknologi komputer berbasis internet semakin berkembang sampai kedalam bentuk yang paling praktis yaitu komputer genggam.<sup>1</sup>

Hal ini diikuti pula dengan terjadinya peralihan *trend* dunia, yaitu seperti penggunaan *wireless computer* (jaringan komputer tanpa kabel) yaitu

---

<sup>1</sup> [Id.m.wikipedia.org/wiki/Teknologi\\_Informasi\\_Komunikasi](http://id.m.wikipedia.org/wiki/Teknologi_Informasi_Komunikasi). Diakses tanggal 10 Januari 2015

suatu alat dari teknologi informasi praktis dimana dalam mengakses ke jaringan internet tanpa harus terhubung dengan jaringan telepon (kabel), meskipun ada kendala yaitu masih terbatasnya sinyal (*Hot Spot*) untuk teknologi *wireless* ini, ataupun dengan penggunaan akses internet melalui ponsel dengan memanfaatkan fasilitas GPRS pada *Provider SIM CARD*. Teknologi komputer berbasis internet atau jaringan mulai digandrungi dan dimanfaatkan sebagai media promosi bisnis (*e-commerce*). Pembaharuan di bidang ekonomi mengacu kepada tujuan untuk menggairahkan kembali dan menjaga stabilitas dibidang perekonomian, melalui serangkaian kebijakan di bidang moneter. Salah satu kebijakan yang dilakukan adalah pada sektor perbankan, melalui restrukturisasi dan rekapitulasi. Hal ini membawa dampak yang cukup serius bagi dunia perbankan di Indonesia, diantaranya dengan banyaknya bank-bank yang dilikuidasi dan diambil alih oleh pemerintah. Kebijakan yang diberlakukan menimbulkan pembatasan-pembatasan pemerintah terhadap perizinan pendirian bank-bank baru dan agar bank-bank yang telah ada memiliki manajemen dan kondisi permodalan yang sehat.<sup>2</sup>

Di lain pihak, industri perbankan harus berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan dalam merebut jumlah nasabah dengan strateginya masing-masing. Perusahaan harus bersikap lebih profesional dalam

---

<sup>2</sup> [www.accademia.edu/5452098/PERKEMBANGAN-TEKNOLOGI\\_INFORMASI\\_DALAM\\_DUNIA\\_PERBANKAN](http://www.accademia.edu/5452098/PERKEMBANGAN-TEKNOLOGI_INFORMASI_DALAM_DUNIA_PERBANKAN). Di akses tanggal 10 Januari 2015

meningkatkan layanan dengan cara memberikan diferensiasi produk dan kualitas layanan yang baik sehingga dapat memposisikan diri sebagai bank yang mempunyai nilai lebih dibandingkan para pesaingnya.

Teknologi adalah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan dunia perbankan di setiap negara. Banyak sekali produk-produk layanan perbankan yang telah memanfaatkan teknologi, sehingga seolah-olah fungsi bank dapat dibawa ke mana saja, contohnya diciptakan kartu ATM (*Automatic Teller Machine*), kartu kredit, dan adanya layanan untuk mempermudah transaksi melalui telepon dengan *phone banking* dan *sms banking*. Internet merupakan media yang ideal untuk melakukan kegiatan perbankan karena potensi penghematan biaya dan merupakan salah satu media yang digunakan untuk meningkatkan layanan bagi para nasabahnya demi mencapai loyalitas pelanggan. Fungsi internet tak lagi hanya sebagai media Informasi, tapi juga dapat melakukan transaksi perbankan kapan pun dan di mana pun tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Dalam layanan *internet banking*, nasabah dapat melihat saldo rekeningnya, tagihan dan sisa limit kartu kreditnya, serta beberapa aktifitas di rekeningnya.<sup>3</sup>

Bank Syariah Mandiri merupakan bank milik pemerintah pertama yang melandaskan operasionalnya pada prinsip syariah. Sebagai salah satu bank yang dimiliki oleh Bank Mandiri yang memiliki aset ratusan triliun dan

---

<sup>3</sup> <http://www.artikeltik.com/peranan-tik-dalam-bidang-perbankan.html>. Diakses tanggal 5 Februari 2015

jaringan yang sangat luas, BSM memiliki beberapa keunggulan komparatif dibanding pendahulunya. Di samping itu harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia.<sup>4</sup>

Akan tetapi persaingan antar bank semakin ketat, baik dengan bank syariah lain maupun bank konvensional. Oleh karena itu Bank Syariah Mandiri harus tanggap dalam menghadapi persaingan perbankan yang semakin ketat, sehingga Bank Syariah Mandiri tidak ketinggalan di dalam pemanfaatan teknologi informasi yang ada dan mendukung. Bank Syariah Mandiri dalam hal ini berusaha mengeluarkan produk dan layanan jasa yang lebih spesifik agar dapat memberikan kepuasan yang maksimal bagi para nasabahnya dan juga menjangkau konsumen lebih luas, sehingga unggul di dalam persaingan. Sebab kepuasan konsumen bukan hanya berasal dari *features* produk semata tetapi harus merupakan gabungan antara *features* dan *quality service* yang diberikan.

Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak bank karena nasabah yang loyal merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lainnya untuk menikmati pelayanan produk

---

<sup>4</sup> <http://www.syahiahmandiri.co.id/category/info-perusahaan/profil-perusahaan/profilperusahaan-profilperusahaan>. Diakses tanggal 20 Januari 2015

perusahaan. Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, maka akan semakin meningkat pula pendapatan dan laba.

Untuk menciptakan kondisi tersebut maka Bank Syariah Mandiri memberikan suatu layanan khusus melalui layanan *internet banking* ( BSM *Net Banking*) yang merupakan layanan informasi dan transaksi yang *mobile* dan fleksibel, 24 jam sehari dimana nasabah dapat melakukan transaksi dan mengakses informasi melalui fasilitas internet. Tujuan dari layanan BSM *Net Banking* ini adalah untuk mempermudah pelayanan bagi para nasabahnya. Dengan teknologi yang canggih dan investasi yang besar hanya beberapa bank saja yang mampu menerapkan *internet banking* seperti ini, sehingga diharapkan Bank Syariah Mandiri mampu menyuguhkan jasa dan alat promosi yang lebih inovatif untuk mendorong dan menjaring konsumen menjadi nasabah Bank Mandiri Syariah serta akan menjadi nasabah yang loyal.<sup>5</sup>

Tetapi dalam kenyataannya layanan yang inovatif ini masih menghadapi suatu kendala yang cukup berarti, hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya konsumen yang lebih memilih layanan selain BSM *Net Banking* dan mempunyai rekening di bank lain. Ada nasabah yang mempunyai rekening di BSM hanya sebagai syarat dalam pengajuan Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) di BSM dan untuk membayar angsuran

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ana Suryana, Marketing BSM di Rancaekek, 19 Maret 2015 pukul 16.00

melalui BSM. Tetapi dia mempunyai rekening di bank BNI dan lebih sering melakukan transaksi melalui BNI serta memakai layanan *Net Banking* BNI dari pada BSM dengan alasan karena layanan *Net Banking* BNI lebih cepat. Bahkan ada nasabah yang lebih senang datang sendiri ke bank dalam melakukan transaksi dibandingkan menggunakan layanan *Internet Banking* yang lebih fleksibel. Akibatnya masih banyak nasabah yang belum mengetahui keunggulan-keunggulan produk dan layanan Bank Syariah Mandiri. Ada juga nasabah yang menggunakan BSM *Net Banking* tetapi sulit untuk melakukan transaksi beberapa kali sehingga membuat nasabah menjadi kecewa dan berpindah menjadi nasabah bank lain.<sup>6</sup>

Meskipun Bank Syariah Mandiri sudah memberikan pelayanan yang maksimal terhadap nasabah khususnya pengguna *Internet Banking* tetapi masih tetap saja banyak nasabah yang masih menggunakan layanan *Internet Banking* di bank lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis bermaksud meneliti lebih dalam mengenai kualitas layanan internet banking yang perlu digali dan ditingkatkan di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek dengan judul “**PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA PERBANKAN SECARA ONLINE MELAU I INTERNET BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KCP RANCAEKEK**”.

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Heri Sukmana, Nasabah BSM di Rancaekek, 24 Maret 2015 pukul 15.20

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari rencana penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas layanan jasa perbankan secara *online* melalui *internet banking* pada Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek ?
2. Bagaimana loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan jasa perbankan secara *online* melalui *internet banking* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian permasalahan ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas layanan jasa perbankan secara *online* melalui *internet banking* pada Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek
2. Untuk mengetahui loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan jasa perbankan secara *online* melalui *internet banking* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dari permasalahan ini adalah :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai alat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh diperguruan tinggi dan memperoleh pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan penerapan teknologi, manajemen dan pemasaran.

2. Bagi Civitas Akademis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan daftar bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya civitas akademisi di lingkungan Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung.

3. Bagi pihak Bank Syariah Mandiri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan rencana dan strategi pimpinan bank dalam mengambil keputusan.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Pelayanan dalam Bahasa Arab di kenal dalam istilah *khidmah*. Pelayanan merupakan jiwa dalam bisnis syariah. Al-quran memerintahkan dengan sangat ekspresif agar kaum muslim bersifat lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan. Pelayanan yang islami adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan

penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan yang dalam prosesnya sesuai dengan nilai-nilai islami.<sup>7</sup>

Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri serta sifat dari suatu produk dan jasa atau pelayanan yang berpengaruh untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>8</sup> Dengan kata lain, kualitas adalah seluruh bentuk dan karakteristik yang ada pada suatu pelayanan atau produk yang dapat membedakan antara satu pelayanan dengan pelayanan lainnya, memiliki kemampuan untuk digunakan sehingga dapat memuaskan konsumen dengan cara memenuhi harapan konsumen baik sekarang atau pada saat yang akan datang. Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>9</sup> Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa.<sup>10</sup>

Dimensi pelayanan yang menggunakan konsep TERRA menurut Kotler meliputi :

1. *Tangibles* (Bukti Langsung). Dalam hal ini yang merupakan bukti langsung yaitu ketersediaan infrastruktur yang berupa fasilitas fisik, perlengkapan, peralatan, karyawan dan alat komunikasi.

---

<sup>7</sup> Hermawan Kertajaya dan M.Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Mizan, Jakarta 2006, hlm. 120

<sup>8</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks, Jakarta, 2007, hlm. 49

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2006, hlm. 59

<sup>10</sup> *Idem*, hlm. 121

2. *Empathy* (Empati). Yaitu merupakan kepedulian, perhatian personal yang di sediakan oleh bank syariah terhadap para nasabahnya.
3. *Reliability* (Kehandalan). Dalam hal ini yang merupakan kehandalan yaitu kepercayaan yang merupakan kemampuan untuk melakukan pelayanan seperti yang di janjikan, dapat diandalkan dan akurat.
4. *Responsiveness* (Responsif). Merupakan itikad baik untuk membantu nasabah dan menyediakan pelayanan secara tepat dan cepat swaktu timbul masalah, memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk dan menyediakan garansi online.
5. *Assurance* (jaminan). Merupakan jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi kartu kredit pelanggan terjamin keamanannya.

Dalam memasarkan produk dan jasanya bank syariah harus dapat mengemas sesuatu yang tidak nyata menjadi nyata, sehingga seseorang benar-benar merasakan kepuasan dari jasa yang di belinya. Pelayanan suatu produk atau jasa yang baik dapat memberikan kenyamanan serta kepuasan terhadap nasabahnya, maka secara tidak langsung nasabah akan loyal terhadap produk atau jasa tersebut.

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner bagi perusahaan. Menjadi partner berarti bersedia membeli produk atau jasa dalam jumlah yang lebih banyak, memberikan rekomendasi positif serta bersedia

menginformasikan kepada pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan dalam operasional pelayanan.<sup>11</sup>

Terdapat tiga dimensi konsumen yang loyal terhadap sebuah produk yaitu :

1. Pembelian berulang
2. Penolakan terhadap produk pesaing
3. Memberikan referensi kepada orang lain

*Internet Banking* merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi-komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan *Internet Banking* dibedakan menjadi tiga yaitu *Informational internet banking*, *Communicative internet banking*, dan *Transactional internet banking*.<sup>12</sup>

Untuk meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan maka perlu menghasilkan sebuah strategi di bidang teknologi informasi maupun di bidang bisnis, dan juga memastikan bahwa aset teknologi informasi dapat dimanfaatkan secara langsung maupun tidak langsung dalam meningkatkan kinerja perusahaan, yang nantinya akan berpengaruh terhadap para konsumennya. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah strategi bisnis dunia usaha, termasuk dalam dunia perbankan. Mengingat pentingnya

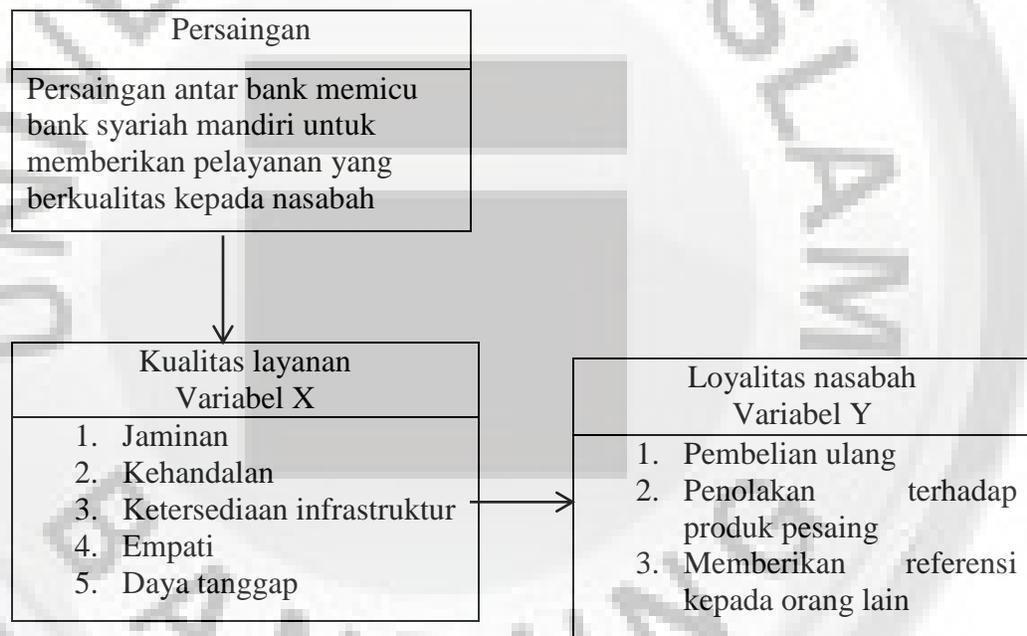
---

<sup>11</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1., hal. 151

<sup>12</sup> Bank Indonesia, 2004

bagian pemasaran dalam dunia perbankan khususnya perusahaan yang penulis akan teliti, maka perlu adanya fungsi-fungsi pemasaran untuk menjamin bahwa aktifitas pemasaran teknologi berjalan secara efektif dan efisien. Pemasaran merupakan salah satu yang terpenting bagi perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka disusunlah suatu kerangka skematis yang melandasi penelitian ini :



**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**

## 1.6 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan jasa perbankan secara *online* melalui *internet banking* terhadap loyalitas nasabah PT Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan jasa perbankan secara *online* melalui *internet banking* terhadap loyalitas nasabah PT Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek.

## 1.7 Metode Penelitian

### 1.7.1 Metode penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif yang berupa deskriptif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung, 2001, hlm. 8

### 1.7.2 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang terkandung yaitu :

1. Variabel bebas (*Independent variable*), yaitu merupakan variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Yang di nyatakan dengan X (kualitas layanan *internet banking*).
2. Variabel terikat (*Dependent variable*), yaitu merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Yang di nyatakan dengan Y (loyalitas nasabah).<sup>14</sup>

**Tabel 3.3**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran Skala
Kualitas layanan <i>Internet Banking</i> (X)	Kualitas layanan merupakan ciri dan sifat pelayanan yang berpengaruh kepada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	1. Tampilan <i>website</i> di desain secara jelas, menarik dan informatif. 2. Website dapat diakses dengan cepat	Ordinal
		Empati ( <i>Empathy</i> )	1. Adanya layanan <i>contact centre</i> 24 jam 2. Biaya transaksi lebih murah dibanding bank lain	Ordinal
		Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	1. Cepat dalam proses transfer antar rekening di BSM 2. Cepat dalam proses	Ordinal

<sup>14</sup> *Idem*, hlm. 21

	oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan		transfer antar bank lewat ATM bersama 3. Cepat dalam proses pembayaran tagihan PLN 4. Cepat dalam pembayaran premi asuransi Takaful	
		Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	1. Akurasi janji layanan 2. Ketepatan proses dalam setiap transaksi 3. Dapat digunakan selama 24 jam 4. Dapat digunakan dimanapun 5. Tepat waktu 6. Tidak perlu mengantri	Ordinal
		Jaminan ( <i>Assurance</i> )	1. Keamanan data transaksi 2. Keamanan informasi data pribadi nasabah 3. Keamanan dalam bertransaksi	Ordinal
Loyalitas Nasabah (Y)	Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk	Pembelian ulang	1. Nasabah akan menggunakan kembali <i>Internet Banking</i> secara berulang	Ordinal
		Penolakan terhadap produk pesaing	1. Nasabah hanya menggunakan layanan <i>Internet Banking</i> dari BSM	Ordinal

	atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku	Mereferensikan kepada orang lain	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nasabah bersedia menceritakan layanan <i>Internet Banking</i> BSM kepada orang lain</li> <li>2. Merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk <i>Internet Banking</i> dari BSM</li> </ol>	Ordinal
--	--	----------------------------------	---	---------

### 1.7.3 Sumber Data

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan sumber data antara lain sebagai berikut;

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dari penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap objek yang diteliti dimana penelitian yang dilakukan dengan melakukan kuesioner dan wawancara dengan staf dan nasabah Bank Syariah Mandiri.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Peneliti mendapatkan data yang sudah jadi yang dikumpulkan oleh pihak lain dengan berbagai cara atau metode baik secara komersial maupun non komersial. Seperti data yang diperoleh dari buku-

buku, dokumen, artikel, jurnal dan website/blog yang relevan dengan masalah yang akan diteliti.

#### 1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan.

a. Wawancara

Wawancara yaitu data yang diperoleh dengan melakukan tanya jawab langsung dengan pihak bank yang dapat memberikan informasi yang diperlukan.

b. Kuesioner

Kuesioner yaitu sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian.

c. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu suatu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang diperlukan, dengan cara mempelajari teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung, 2010 hlm. 173

## 1.7.5 Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari subyek penelitian baik berupa daerah, manusia, gejala, dan peristiwa. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek yang berjumlah 6000 orang. Sedangkan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek yang menggunakan *internet banking* berjumlah 800 orang.

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel merupakan suatu proses dalam memilih suatu bagian dari suatu populasi yang berguna untuk menentukan bagian-bagian dari objek yang akan diteliti. Untuk memilih sampel yang representatif diperlukan teknik sampling. Dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Convenience sampling*. *Convenience sampling* berarti unit sampel yang ditarik mudah dihubungi, tidak menyusahkan, mudah untuk mengukur dan bersifat kooperatif.<sup>16</sup>

Dengan jumlah seluruh nasabah bank syariah mandiri yang menggunakan layanan jasa *internet banking* yaitu 800 orang dan *standard error* 10% sesuai dengan rumus penarikan Slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>16</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Bisnis*, PT Grasindo, 2006 hlm. 126.

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

$$n = \frac{800}{1+800.(0,1)^2} = 99,875$$

Dengan demikian sampel yang akan di ambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

## 1.7.6 Teknik Analisa Data

### 1.7.6.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan agar data yang diambil benar-benar valid yakni benar-benar mengukur apa yang diukur.

### 1.7.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.

### 1.7.6.3 Analisis Regresi

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis regresi linear sederhana. Regresi Linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variable dependen. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah :

$Y = a + bX$  , dimana :

Y = Loyalitas nasabah

X = Kualitas jasa perbankan secara *online* melalui *internet banking*

a = Intersip atau konstanta

b = Koefisien arah regresi

#### **1.7.6.4 Uji Hipotesis**

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai thitung > ttabel dengan serta tingkat signifikannya, maka hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **Bab I : Pendahuluan**

Bab I merupakan bab pendahuluan dimana dalam bab ini dikemukakan dan dijelaskan garis-garis besar materi yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini. Diawali dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **Bab II : Konsep Layanan dan Loyalitas Nasabah**

Pada bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan atau dasar dari penelitian skripsi. Seperti pengertian mengenai internet banking, kualitas, layanan dan loyalitas.

#### **Bab III : Profil Bank Syariah Mandiri**

Pada bab ini akan memberikan gambaran umum mengenai layanan internet banking yang ada pada Bank Syariah Mandiri serta profil Bank

Syariah Mandiri meliputi sejarah berdirinya, visi, misi, struktur organisasi, produk dan jasa layanan.

**Bab IV : Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Perbankan Secara *Online* Melalui *Internet Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek**

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas layanan jasa perbankan secara online melalui internet banking di Bank Syariah Mandiri terutama pada teknologi yang digunakan serta pengaruhnya terhadap kesetiaan nasabah menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri.

**Bab V : Penutup**

Pada bab ini akan berisi mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan dari pemaparan yang telah dijelaskan di bab-bab sebelumnya, selain itu juga berisi dengan saran-saran yang baik terkait permasalahan yang ada.