PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM PRINSIP SYARIAH DAN MUTU E-BANKING TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

MAHYUDI SAPUTRA
NPM: 1651020568

Jurusan: Perbankan Syariah

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M

PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM PRINSIP SYARIAH DAN MUTU E-BANKING TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

MAHYUDI SAPUTRA
NPM: 1651020568

Jurusan: Perbankan Syariah

Pembimbing I : Prof. Tulus Suryanto, S.E., MM., Akt., CA.,CERA., CMA., ASEAN CPA

Pembimbing II : Dinda Fali Rifan, M.Ak

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2022 M

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM PRINSIP SYARIAH DAN MUTU E-BANKING TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA

Oleh
Mahyudi

Maraknya produk-produk perbankan saat ini, merupakan indikasi karena setiap bank berusaha memunculkan produk unggulannya yang diikuti dengan berbagai kemudahan fasilitas layanannya. Pertumbuhan nasabah adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah, dengan cara promosi seperti memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menstabilkan penjualan, memposisikan produk dan membentuk citra produk. Dalam penelitan ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Dilihat dari sifatnya penelitian ini bersifat *Asosiatif* (hubungan), yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sampel penelitian ini mengambil 50 nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan *E-Banking*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan angket. Uji Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji t, Uji F, Regresi Linier Berganda, dan Koefisien Determinasi. Rumusan masalah yang diangkat adalah (1) Apakah kepercayaan dalam prinsip syariah berpengaruh terhadap pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia ? (2) Apakah mutu E-Banking berpengaruh terhadap pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia? (3) Apakah kepercayaan dalam prinsip syariah dan mutu e-banking berpengaruh terhadap pertumbuhan Nasabah Bank Syariah Indonesia. Tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dalam prinsip syariah terhadap pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia; untuk mengetahui pengaruh mutu E-Banking terhadap pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia; untuk mengetahui

pengaruh kepercayaan dalam prinsip syariah dan mutu e-banking terhadap pertumbuhan Nasabah Bank Syariah Indonesia. Dari hasil uji analisis regresi sederhana dan uji-t menunjukkan bahwa kepercayaan (X_1) berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Nasabah; mutu *e-banking* (X_2) berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Nasabah; dan hasil uji-F menunjukkan secara simultan bahwa kepercayaan (X_1) dan mutu *e-banking* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan nasabah (Y) Bank Syariah Indonesia

Kata Kunci : Kepercyaan, E-Banking, Pertumbuhan Nasabah

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM PRINSIP SYARIAH DAN MUTU E-BANKING TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA

Oleh
Mahyudi Saputra

The rise of banking products today is an indication because every bank is trying to bring out its superior products, which are followed by various ease of service facilities. Customer growth is the increasing public interest in Islamic banking products, by means of promotions such as providing information, increasing sales, stabilizing sales, positioning products and forming product images. In this research, the author uses a quantitative approach. Judging from the nature of this research is associative (relationship), which is a research method that aims to determine the relationship between two or more variables. The sample of this study took 50 Indonesian Islamic Bank customers who use E-Banking. Data collection techniques used are documentation and questionnaires. The hypothesis tests used in this research are t test, F test, Multiple Linear Regression, and Coefficient of Determination. The formulation of the problem raised is (1) Does trust in sharia principles affect customer growth at Bank Syariah Indonesia? (2) Does the quality of E-Banking affect the growth of customers at Indonesian Islamic Banks? (3) Does trust in sharia principles and the quality of e-banking affect the growth of Indonesian Sharia Bank Customers. The purpose of this study, among others, is to determine the effect of trust in sharia principles on customer growth at Bank Syariah Indonesia; to determine the effect of E-Banking quality on customer growth at Bank Syariah Indonesia; to determine the effect of trust in sharia principles and the quality of e-banking on the growth of Indonesian Sharia Bank Customers. From the results of simple regression analysis test and t-test shows that trust (X1) has a positive effect on Customer Growth; the quality of e-banking (X2) has a positive effect on Customer Growth; and the results of the F-test show simultaneously that trust (X1) and e-banking quality (X2) have a positive and significant effect on customer growth (Y) Bank Syariah Indonesia.

Keywords: Trust, E-Banking, Customer Growth

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Mahyudi Saputra
NPM	:	1651020568
Jurusan/Prodi	:	Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syariah dan Mutu E-Banking Terhadap Pertumbuhan Nasabah di Bank Syariah Indonesia" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka, apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Juli 2022

Penulis,

METERAI TEMPEL

Mahyudi Saputra

1651020568

KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp. (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi	:	**Pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syariah dan Mutu E-Banking Terhadap Pertumbuhan Nasabah di Bank Syariah Indonesia**
Nama	:	**Mahyudi Saputra**
NPM	:	**1651020568**
Fakultas	:	**Ekonomi dan Bisnis Islam**
Jurusan	:	**Perbankan Syariah**

MENYETUJUI

Untuk di munaqosahkan dan di pertahakan dalam sidang munaqosah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I	Pembimbing II
Prof. Tulus Suryanto, S.E., MM., Akt.,CA.	**Dinda Fali Rifan, M.Ak., CSRS**
NIP. 197009262008011008	**NIP . 199307302018012001**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

ANY ELIZA, S.E., M.Ak.
NIP. 198308152006042004

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Bandar Lampung, 35131. Telp. (0721) 704030

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul **"PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM PRINSIP SYARIAH DAN MUTU E-BANKING TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA"** disusun oleh **Mahyudi Saputra**, NPM. **1651020568** Program Studi Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Selasa, 19 Juli 2022 di Ruang Sidang I Gedung Dekanat Lantai 3.

TIM MUNAQASYAH

Ketua	**: Dr. Madnasir, S.E., M.S.I**	(.....)
Sekretaris	**: Alif Rakhman Setyanto, M.E**	(.....)
Penguji I	**: Dr. Nasruddin, M.Ag**	(.....)
Penguji II	**: Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M.,Akt.,CA.**	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M.,Akt,CA.
NIP. 197009262008011008

MOTTO

۞ إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِۚ إِنَّ ٱللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ سَمِيعَۢا بَصِيرٗا ٥٨

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat (QS. Annisa: 58)

"Tunaikanlah amanah kepada yang memberikan amanah dan jangan khianati orang yang berkhianat kepadamu" (HR. Ahmad dan Ahlus Sunan)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat-Nya yan telah memberikan penulis kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan dari lubuk hati yang paling dalam, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Musnadi dan Ibu Rosimah, yang sangat aku hormati dan aku cintai yang selalu memberikan semangat serta do'a serta kasih sayang yang tak terhingga. Semoga mereka selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan dalam setiap langkahnya.
2. Kakak-kakakku Mari Sandi, Maria Rosa, Mareski yang selalu memberikan nasehat-nasehat yang luar biasa sehingga aku bisa menjadi anak yang mandiri, kuat, serta selalu mendo'akanku agar terus berada dijalan-Nya dan menjadi orang sukses. Semoga semua keluargaku selalu diberikan kesehatan.
3. Sahabatku Widiani Tite Kanaya, S.E, Teman-teman angkatan 2016, Pramuka UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan dukungan semangat dan motivasi serta Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama Mahyudi Saputra oleh kedua orang tuaku tercinta. Penulis merupakan anak terakhir. Penulis dilahirkan pada 26 April 1998 di Penanggungan.

Riwayat pendidikan penulis yang telah diselesaikan adalah sebagai berikut :

1. SDN 1 Penanggungan Selesai Pada Tahun 2010
2. SMPN 1 Kota Agung Selesai Pada Tahun 2013
3. MAN 1 Tanggamus Selesai Pada Tahun 2016
4. Dan pada tahun 2016 melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung (UIN) dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul " PENGARUH KEPERCAYAAN DAN MUTU E-BANGKING TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA " dapat diselesaikan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke zaman yang penuh dengan cahaya Islam.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari adanya dorongan berbagai pihak, untuk itu penulis merasa perlu menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Tulus Suryanto, S.E., MM., Akt., CA., CERA., CMA., ASEAN CPA selaku Pembimbing I dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, yang telah mendidik dan memberi bimbingan dan arahan kepada penulis serta selalu memotivasi mahasiswanya untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai Islam.
2. Ibu Any Eliza, S.E., M.Ak. selaku ketua jurusan Perbankan Syari'ah yang senantiasa memberikan nasehat.
3. Ibu Dinda Fali Rifan, M.Ak., CSRS. selaku pembimbing dua yang telah mendidik dan memberi bimbingan dan arahan kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu serta membantu, memotivasi yang bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Teman-teman seperjuangan khususnya Kelas B, Prodi Perbankan Syariah angkatan 2016, Pramuka UIN Raden Intan Lampung yang selalu bersama selama proses perkuliahan

serta memberikan dukungan, semangat, dan bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan yang penulis miliki. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca guna melengkapi hasil penelitian ini.Peneliti berharap penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berati dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dalam pembangunan wilayah yang disertai dengan landasan Islam di abad modern ini.

Bandar Lampung, 19 Juli 2022
Penulis

MAHYUDI SAPUTRA
NPM: 1651020568

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
ABSTRAK ..... **ii**
PERSETUJUAN BIMBINGAN ..... **iii**
PENGESAHAN ..... **iv**
MOTTO ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **vi**
RIWAYAT HIDUP ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN
A. Penegasan Judul 1
B. Latar Belakang 2
C. Identifikasi dan Pembatasan Masalah 14
D. Rumusan Masalah 14
E. Tujuan Penelitian 15
F. Manfaat Penelitian 15
G. Penelitian Terdahulu 15
H. Sistematika Penulisam 17

BAB II KAJIAN TEORITIK
A. Landasan Teori 19
1. Bank Syariah 19
2. Ekonomi Islam Dalam Mashlahah 22
3. Pertumbuhan Nasabah 23
4. Kepercayaan 25
5. Prinsip Syariah 30
6. Mutu E-Banking 32
7. Kerangka Pikir 37
8. Hipotesis 37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian 38
B. Jenis dan Sumber Data 38
C. Teknik Pengumpulan Data 39
1. Dokumentasi..... 39
2. Angket..... 39
D. Populasi dan Sampel..... 40
E. Definisi Operasional Variabel 40
1. Variabel Terikat 40
2. Variabel Bebas 41
F. Metode Analisis Data 42
1. Uji Asumsi Klasik..... 43
a. Uji Normalitas 43
b. Uji Multikolinieritas 43
c. Uji Heteroskedastisitas 44
2. Regresi Linier Berganda 45
3. Koefisien Determinasi..... 46
4. Uji Hipotesis 46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia..... 47
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia 47
2. Visi, Misi..... 48
3. Daftar Nama Pengurus 49
4. Total Jaringan Cabang Bank Syariah..... 50
B. Uji Asumsi Klasik 50
1. Uji Deskriptif..... 50
2. Uji Normalitas 51
3. Uji Multikolineritas 52
4. Uji Heteroskedastisitas 52
C. Uji Hipotesis..... 53
1. Uji F 53
2. Uji t 54
3. Uji Koefisien Determinasi 56
4. Uji Regresi Linier Berganda..... 56
D. Pembahasan Hasil Penelitian 58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan..... 64
B. Saran..... 64
DAFTAR PUSTAKA 66
LAMPIRAN-LAMPIRAN..... 71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah 3
Tabel 1.2 Data Pengguna Internet Banking BSI 9
Tabel 2.1 Kisi-kisi Instrument 30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel 39
Tabel 4.1 Hasil Uji Deskriptif Statistik 47
Tabel 4.2 Uji Normalitas 48
Tabel 4.3 Uji Multikolineritas 49
Tabel 4.4 Uji F 51
Tabel 4.5 Uji t 52
Tabel 4.6 Uji Hipotesis..... 52
Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi 53
Tabel 4.8 Uji Regresi Linier Berganda 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 32
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedesitas 50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner 72
Lampiran 2 Jawaban Responden Variabel Kepercayaan 77
Lampiran 3 Jawaban Responden Variabel Mutu E-Banking 79
Lampiran 4 Jawaban Responden Variabel Pertumbuhan Nasabah..... 81
Lampiran 5 Hasil Uji Data Responden 83

BAB I
PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas guna menghindari kesalahpahaman dalam mengambil arti dan maksud istilah yang digunakan dalam judul skripsi ini, maka perlu diperjelaskan beberapa istilah yang digunakan dalam judul **"Pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syariah dan Mutu E-Banking Terhadap Pertumbuhan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)"** berikut ini adalah uraian dari judul penelitian:

1. **Pengaruh** adalah daya yang ada atau timbul sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang kehidupan.[1] Istilah pengaruh disebutn juga dengan akibat asosiatif, yaitu suatu penelitian yang mencari pertautan nilai antara suatu variabel dengan dengan variabel lainnya.
2. **Kepercayaan** adalah merupakan variabel kunci dalam mengembangkan keingininan konsumen akan produk yang tahan lama untuk mempertahankan hubungan jangka panjang.[2]
3. **Mutu** dalam kamus besar bahasa Indonesia "Mutu adalah (Ukuran), baik buruk suatu benda; taraf atau derajat (Kepandaian, Kecerdasan, dsb).[3] Secaran Istilah mutu adalah "kualitas memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.[4] Dengan demikian mutu adalah tingkat kualiatas yang telah memenuhi atau melebihi dari yang di harapkan.

---

[1]Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa. "*Kamus Besar Bahasa Indonesia"*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama) : 1045.

[2]Philip Kotler, (2000). "*Manajemen Pemasaran"*. (Jakarta: Prenhallindo) : 460.

[3]Lukman Ali, (1995). *"Kamus Besar Bahasa Indonesia"*. (Jakarta: Balai Pustaka) : 677

[4]M,N. Nasutiom, (2004). *"Manajemen Mutu Terpadu"*. (Jakarta : Ghalia Indonesia) : 15

4. **E-Banking** adalah fasilitas yang disediakan perusahaan perbankan melalui benda elektronik misalnya *handphone*, komputer dan telepon untuk mengganti kebutuhan bertransaksi yang biasanya dilakukan oleh ATM.
5. **Pertumbuhan nasabah** adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah, dengan cara promosi seperti memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menstabilkan penjualan, memposisikan produk dan membentuk citra produk.[5]

B. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam mengembangkan perekonomian dan pembangunan nasional. Kegiatan utama dari perbankan adalah menyerap dana dari masyarakat. Hal ini terutama karena fungsi Bank sebagai perantara (*intermediary)* antara pihak-pihak kelebihan dana (*surplus of funds)* dan pihak yang memerlukan dana (*luck of funds)*. Sebagai *agent of development*. Bank merupakan alat pemerintah dalam membangun perekonomian bangsa melalui pembiayaan semua jenis usaha pembangunan, yaitu sebagai *financial intermediary* (perantara keuangan) yang memberikan koontribusi terhadap pendapatan negara.[6]

Pertumbuhan perbankan syariah ini tidak lepas dari kepercayaan pasar yang membaik. Bank Indonesia akan mengimplementasikan kebijakan strategis untuk mendorong syariah agar terus maju, menjadi sebuah kebanggaan. Dalam perkembangan bank syariah mengalami berbagai kendala. Menurut Alamsyah (Prantina, 2012), ada tantangan jangka pendek dan jangka panjang yang harus diselesaikan agar perkembangan perbankan dan keuangan syariah dapat mencapai target dan terus mengalami percepatan.

---

[5]Roni Andespa. "Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan". *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol.1 No. 2. 172

[6]Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.3.

Seiring dengan perkembangan Perbankan syariah sebagai basis pemberdayaanekonomi umat islam di Indonesia saat ini, tidak bisa dibantah bahwa perbankan syariah mempunyai potensi dan prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan di Indonesia dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang sekian persen beragama islam merupakan pasar potensi bagi pengembangan Bank Syariah di Indonesia.[7] Pertumbuhan nasabah adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap produk perbankan syariah, dengan cara promosi seperti memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menstabilkan penjualan, memposisikan produk dan membentuk citra produk. Melihat kepada realitas yang ada tersebut, pihak perbankan syariah sebaiknya menjaga kepercayaan nasabah dengan memberikan komunikasi pemasaran dan menciptakan sumber daya manusia berkualitas yang mampu menunjang pelayanan dan kenyamanan bagi setiap nasabahnya.

Seperti yang diketahui bahwa Indonesia merupakan negara Islam terbesar di dunia. Hal ini merupakan salah satu faktor penyebab berkembangnya bank syariah di Indonesia. Berdasarkan data yang ditemukan pada statistik perbankan syariah, OJK Tahun 2021 jumlah nasabah dana pihak ketiga (DPK) bank syariah yang terdiri dari nasabah bank umum syariah dan nasabah unit usaha syariah mengalami peningkatkan yang cukup signifikan dari tahun 2017 sampai dengan 30 Juni 2021, hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1

Data Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah Indonesia

Tahun	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
Jumlah Nasabah	15.488.398	17.955.556	19.996.197	22.120.609	23.272.903

Sumber : Statistik Perbankan Syariah, OJK Tahun 2021

[7]Subandi,*Problem dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah Kontemporer di Indonesia Vol.1 2 No.1*,h.4.

Berdasarkan tabel diatas daat dilihat bahwa jumah nasabah bank syariah terus meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan nasabah berkaitan dengan minat nasabah perbankan syariah, dan minat nasabah dipengaruhi oleh perilaku nasabah, atau dalam bahasa pemasaran dikenal dengan perilaku konsumen.[8]

Dalam hubungan dengan peningkatan jumlah nasabah maka bank harus dapat menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap bank maka masyarakat akan merasa aman dan nyaman menyimpan dana mereka di Bank, Simorangkir (2004).[9] Menurut morgan dan hunt kepercayaan merupakan elemen paling penting yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.[10] Kualitas atau mutu pelayanan merupakan salah satu faktor penting bagi keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini.

Bank syariah akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepercayaan bagi nasabah. Terciptanya kepercayaan nasabah dapat memberikan manfaat, di antaranya memberikan kesan yang baik bagi nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari nasabah satu ke nasabah lain yang dapat menguntungkan perusahaan dan terciptanya loyalitas nasabah.

Kepercayaan merupakan kunci perusahaan keuangan untuk mempertahankan nasabahnya. Selain itu produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan pun menjadi salah satu pertimbangan masyarakat untuk memelih lembaga keuangan, karena setiap perusahaan menawarkan produk yang memiliki keunggulan tersendiri. Jika kepercayaan sudah timbul antara bank dan nasabah, maka usaha untuk membina kerjasama akan lebih mudah sehingga akan memberi keuntungan bagi kedua belah pihak.

---

[8]Roni Andespa. “Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan”. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol.1 No. 2. 172

[9]I Putu Wira Murti dan I Wayan Santika, Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk Dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.1, 2016:. 736

[10]Morgan, R, M. And Hunt, S. D. “Consumers’ Trust In A Brand And The Link To Brand Loyality” *Journal Of Market Focused Managemant*, Vol. 4.

Adapun yang menjadi salah satu penyebab rendahnya market share perbankan syariah yaitu masih banyak masyarakat yang belum yakin bahwa bank-bank syariah yang ada dan telah beroperasi saat ini telah menjalankan operasionalnya sesuai tuntunan syariah (Suprayogi, 2008). Ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap bank syariah masih rendah, hal ini merupakan ekspresi dari tidak berhasilnya suatu bank membangun hubungan emosionl dengan merek bank tersebut (Temporal, 2000), dimana tingkat kepercayaan haruslah dicapai terlebih dahulu sebelum mencapai tingkat loyalitas. Peran dari kepercayaan merek (*brand trust*) adalah untuk mengurangi ketidak pastian dan resiko berkaitan dengan merek, kepercayaan konsumen terhadap merek (*brand trust*) akan berdampak terhadap kesetiaan konsumen terhadap suatu merek (Chauduri dan Holbrook, 2001).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Yohana dan Edwin, 2004 bahwa kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di Bank Danamon. Temuan ini bisa dijelaskan bahwa tinggi rendahnya kepercayaan nasabah mempengaruhi kuat lemahnya minat menabung di Bank Danamon. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menabung adalah positif, artinya bahwa ketika kepercayaan semakin meningkat, maka minat menabung di Bank Danamon juga semakin kuat. Penurunan kepercayaan juga menyebabkan meleahnya minat menabung. Persamaan dalam penelitian yang telah dilakukan ole Yohana dan Edwin pada kepercayaan nasabah sedangkan perbedaannya peneliti meneliti pertumbuhan nasabah yang terjadi.

Tolak ukur keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada ketertarikan nasabah. Semakin banyak nasabah yang tertarik, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputarkan kembali dengan meraih profitabilitas secara maksimal. Pada industri perbankan, kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan prima pada setiap nasabah. Seiring berjalannya waktu dan zaman perkembangan teknologi informasi,

telekomunikasi menyebabkan mulai munculnya aplikasi bisnis yang berbasis e-banking.

E-Banking dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif. E-Banking meliputi sistem yang memungkinkan nasabah bank, baik individu ataupun bisnis, untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis, atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Nasabah dapat mengakses E-Banking melalui piranti pintar elektronis seperti komputer/PC, laptop, PDA, ATM, atau telephone.[11] E-Banking adalah kegiatan yang melakukan transaksi, pembayaran, dan transaksi lainya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi sistem keamanan.[12]

E-banking mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersamaan. Dengan adanya e-banking, nasabah bank dapat melakukan sebagian besar transaksi mereka secara online dan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor bank untuk transaksi personal. Masyarakat sebagai nasabah bank menginginkan banyak kemudahan dalam pelayanan untuk kebutuhan sehari-hari. Contohnya seorang wanita pekerja ingin melakukan semua aktivitas rumah tangganya dengan cepat, seperti membayar listrik, air, telepon, transfer ke rekening lain dan kebutuhan lainnya yang berhubungan dengan transaksi perbankan. Dengan demikian transaksi online sangat bermanfaat bagi nasabah yang tinggal di wilayah perkotaan dengan fasilitas internet. Namun bagi nasabah yang tidak mendapatkan falisilitas internet, hal tersebut tetap tidak bermanfaat. Hal ini menyebabkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terkait transaksi melalui e-banking masih kurang. Meskipun konsumen telah mulai menyadari beberapa manfaat dari transaksi online seperti penghematan waktu, kenyamanan, perbandingan layanan,

---

[11]Aan Ansori, (2017). *Penerapan E-Banking Syariah Pada Sistem Informasi Manajemen Perbankan Syariah*, Jurnal Banque Syar'i. Vol.3 No. 1 Januari – Juni. 131

[12] Https:Id.M.Wikipedia.Org/Wiki/E-Banking Minggu, 19 April 2020, Pukul 20:46

variasi yang luas dan informasi tambahan, mereka masih enggan untuk bertransaksi online karena ketakutan yang mendasarinya karena kurangnya kepercayaan dari penyedia layanan online. Munculnya internet banking sebagai saluran untuk perbankan telah menghadirkan banyak kekhawatiran tentang integritas, kerahasiaan, dan perlindungan informasi pribadi pelanggan.

Meskipun ada banyak keuntungan dari e-banking, masalahmasalah keamanan ini sering menghambat pelanggan untuk menggunakannya, karena banyak pelanggan telah menemukan bahwa menggunakan e-banking dapat membuat uang mereka dan aset berharga lainnya rentan terhadap risiko. Karena sebagian besar bank sekarang menawarkan layanan kepada pelanggan mereka melalui internet, semakin banyak peretas yang memanfaatkan untuk melakukan kejahatan seperti spoofing, phishing, pharming, dan penangkapan keystroke.

Adanya sistem pembayaran nontunai, diharapkan dapat memberikan manfaat dalam kemudahan melakukan transaksi. Seiring dengan adanya pandemi covid-19 penerapan pembayaran secara digital semakin banyak digunakan terutama pada sektor perbankan. Hal ini juga dilakukan melalui kanal digital yang cepat, mudah dan efisien dalam memenuhi layanan perbankan. (Effendi & Hariani, 2021).[13] Pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia semakin mengubah perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi kebutuhan secara digital.

Wabah pandemi Covid-19 memaksa individu/kelompok/institusi/negara, untuk mengubah pola hidup dan perilakunya selama ini. Jika individu/kelompok/institusi/negara, tidak melakukan perubahan, maka dengan sendirinya perubahan tersebut yang akan melindasnya, tanpa terkecuali di dalamnya sektor usaha

[13] Ihsan Effendi and Prawidya Hariani. 2020. "Dampak Covid-19 Terhadap Bank Syariah : Impact of Covid-19 on Islamic Banks." EKONOMIKAWAN : *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan 20(79*):221–30

perbankan. (Sulistiyo,2020).[14] Berdasarkan statistik Bank Indonesia, volume transaksi melalui mesin ATM telah mengalami penurunan pada bulan Maret 2020. Persentase penurunannya cukup signifikan dari 24,46% menjadi 13,2% yoy (year on year). Penurunan ini terjadi karena adanya penerapan PSBB dan anjuran untuk tetap di rumah serta ketakutan masyarakat terhadap mesin ATM yang dapat menjadi media penularan virus corona. Adanya ketakutan mayarakat membuat pihak perbankan mengambil solusi dalam meningkatkan layanan digital banking yang telah diberikan oleh mayoritas bank di Indonesia. Langkah ini dilakukan Bank Syariah Indonesia untuk kepentingan aspek keamanan dan kesehatan bagi nasabah dalam memenuhi kebutuhan finansialnya (Effendi & Hariani, 2021).

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatatkan pertumbuhan transaksi digital selama masa pandemi Covid-19 terus meningkat. Salah satunya total transaksi BSI Mobile per Juni 2021 mencapai 19,50 juta transaksi. Angka ini meningkat 94% dibandingkan Juni 2020 sebesar 10,6 juta transaksi. Lonjakan total transaksi di Bank Syariah Indonesia meningkat seiring dengan peningkatan pengguna BSI Mobile yang mencapai 1,25 juta pengguna di Juni 2021 atau meningkat 45% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Kondisi pandemi sekarang membuat kebutuhan nasabah pada layanan tanpa tatap muka terbukti makin digandrungi karena dianggap lebih efektif dan efesien dalam melakukan transaksi sekaligus memutus rantai penyebaran covid-19 (BSI, 2021)

Teknologi digital yang diberikan oleh Bank Sariah Indonesia selain mobile banking adalah layanan internet Banking (BSI Internet Banking). Internet banking merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Diharapkan dengan adanya optimalisasi dari layanan yang berbasis digital ini dapat

---

[14] Sulistiyo, Chandra Bagus. n.d. “Strategi Bank Menghadapi Covid-19.” Retrieved June 27, 2021 (https://analisis.kontan.co.id/news/strategi-bank-menghadapicovid-19).

memutus rantai penyebaran virus corona untuk mengurangi intensitas melakukan aktivitas diluar rumah termasuk salah satunya mengantri di bank untuk melakukan transaksi perbankan. Berikut data pengguna internet banking BSI saat pandemi Covid-19 :

Tabel 1.2 Data Pengguna Internet Banking BSI

Jenis	Tahun 2019	Tahun 2020	YOY
Branch Banking	14,586	12,446	-14,7%
ATM	2,332	2,929	13,0%
Internet Banking	10,701	11,308	5,7%
Mobile Banking	2,089	2,693	28,9%

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas, jumlah transaksi nasabah pengguna internet banking BSI dari Juni 2020 sampai Juni 2021 mengalami kenaikan sebesar 5,7% yoy (year on year) . Jumlah user pengguna BSI Net Banking juga mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun sebelumnya sebesar 13,3 % yoy. Dari data diatas membuktikan bahwa, penggunaan kanal digital untuk melakukan transaksi perbankan lebih banyak digunakan oleh nasabah dibanding penggunaan mesin ATM atau langsung datang ke kantor cabang selama masa pandemi covid . Hal ini dianggap masyarakat lebih efektif dan efesien, serta memutus rantai penyebaran virus corona demi mementingkan aspek keamanan dan kesehatan (Ningsih & Mahfudz, 2020).[15] Keberadaan E-Banking sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi karena cukup dilakukan dengan sebuah aplikasi melalui smartphone sehingga tidak perlu mendatangi bank guna menghindari paparan Covid-19.

[15] Ningsih, M. R. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Manajemen Industri Perbankan Syariah: *Analisa Komparatif. POINT, 2 (1).*

Mobile banking menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Keuntungan yang diperoleh oleh bank dalam menyediakan layanan mobile banking adalah menghemat biaya percetakan formulir, brosur, katalog, sedangkan dalam layanan mobile banking hal-hal tersebut digantikan dengan data elektronik. Keunggulan lain yang dapat diperoleh oleh nasabah yang menggunakan mobile banking akan memperoleh informasi perbankan secara cepat, efektif dan efisien serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Mobile Banking merupakan suatu perkembangan teknologi yang sangat menarik karena dapat melakukan transaksi secara langsung kapan saja, dimana saja dan dapat diakses selama 24 jam dengan menggunakan internet/mobile data melalui smartphone.[16]

Bank menyediakan layanan Electronic Banking atau E-Banking untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan, tanpa nasabah datang ke bank atau ATM. E-Banking dapat menghilangkan batas fisik bank dan waktu operasional bank yang terbatas. E-Banking dapat diakses dari tempat mana saja tanpa harus terikat waktu karena karena online 24 jam.

Mutu sistem e-banking berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta kekuatan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. (Amrul, 2019) Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari aktifitas bisnis, disamping itu kepuasan konsumen juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan (Tjiptono, 2014). Dalam hal memberikan layanan kepada pelanggan di bank, fenomena mengantri tidak dapat dihindari dan sering dijumpai serta menjadi masalah yang harus segera ditemukan jalan keluarnya.

---

[16] Fandi, Acmad. ―Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.‖ Jurnal Ekonomi Islam. Vol. 2, no. 3 (2019). 111

Dimana terlihat jelas bahwa banyaknya pelanggan menunggu untuk dilayani. Panjang dan lamanya antrian membuat pelanggan merasa tidak nyaman, karena menganggap waktu mereka terbuang percuma saat mereka mengantri sebelum dilayani. (Sucihati dan Gusferdiansyah, 2017). Mukherjee dan Nath (2003) meneliti 510 pengguna online banking di India tentang pengaruh shared value, communication dan opportunistic behaviour terhadap trust dan pengaruh trust terhadap relationship commitment. Peneliti menemukan shared value adalah faktor yang paling mempengaruhi kepercayaan konsumen dan berpengaruh positif terhadap trust yang diikuti oleh opportunistic behaviour yang berhubungan negatif dengan trust dan communication yang berhubungan positif terhadap trust. Shared value juga faktor yang paling mempengaruhi commitment yang diikuti oleh trust. Privacy, speed of response, regulatory control, reputation, degree and length of association merupakan faktor yang paling tinggi pengaruhnya dalam konstruk shared value, communication, opportunistic behaviour, trust dan commitment.

Masyarakat sebagai nasabah bank menginginkan banyak kemudahan dalam pelayanan untuk kebutuhan sehari-hari. Menurut Djatmiko dalam (Suharini, 2008) penerapan layanan perbankan elektronik (e-banking) yang berkualitas merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan perbankan untuk menghimpun dana dari nasabah.[17] Penerapan sistem layanan e-banking memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan yaitu efisiensi biaya dan waktu, serta mampu menciptakan diferensiasi dan sanggup membidik segmen pasar dengan biaya yang murah.

Meskipun banyak manfaat yang ditawarkan bank kepada pelanggan mereka melalui layanan *online*, *e-banking* juga telah mengangkat banyak masalah keamanan. Peretas komputer, yang merupakan orang-orang dengan keahlian khusus membobol sistem atau jaringan secara ilegal, telah mengembangkan berbagai metode yang sulit dipahami untuk mencuri uang bankir

---

[17] Suharini, Mike. (2008). ”Persepsi Nasabah Terhadap Penerapan Sistem Layanan Produk dan Jasa E-Banking”. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, 15(3), 169

online. Meskipun ada banyak keuntungan dari *e-banking*, masalah-masalah keamanan ini sering menghambat pelanggan untuk menggunakannya, karena banyak pelanggan telah menemukan bahwa menggunakan *e-banking* dapat membuat uang mereka dan aset berharga lainnya rentan terhadap risiko.

Sebagian besar bank sekarang menawarkan layanan kepada pelanggan mereka melalui internet, semakin banyak peretas yang memanfaatkan untuk melakukan kejahatan seperti *spoofing*, *phishing*, *pharming*, dan penangkapan *keystroke.* Oleh karena itu, persoalan tentang risiko menjadi hal yang sangat penting untuk diantisipasi. Banyak juga kejahatan yang terjadi melalui *e-banking*. Simak saja statistik kejahatan *cyber* di Jakarta. Pada tahun 2011, kerugian akibat *cyber crime* mencapai Rp 4 miliar dan US$ 178.876,50 dengan 520 kasus.

Adanya tindak kejahatan seperti ini bisa jadi menimbulkan keraguan atau ketidak percayaan nasabah terhadap perbankan. Terkait dengan kajahatan *cyber* yang terjadi di Indonesia saat ini adalah tingkat keamanan, yang meliputi rasa aman secara fisik, secara finansial dan rahasia yang dapat dijamin perusahaan. Faktor kepercayaan merupakan faktor yang memberi pengaruh terhadap penerimaan *e-banking* sehingga bank harus membentuk sikap yang positif yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap teknologi yang diterapkan.[18]

Ketika suatu bank mampu memberikan keamanan bagi nasabahnya maka kepercayaan akan diperoleh dari nasabah. Kepercayaan terhadap suatu sistem layanan *e-banking* akan menentukan keputusan konsumen untuk melakukan sistem ini. Menurut Kotler (2002: 40) “kepercayaan adalah gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu”. Kepercayaan mungkin didasarkan pada pengetahuan dan opini. Kepercayaan merupakan tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan teman-temanya. Kepercayaan bisa

---

[18] Sartika Sari Ayu Tjini dan Zaki Baridwan, “Pengaruh Kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat pengguna sistem internet banking”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, (2011), 5

mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan.

Apalagi bagi industri perbankan, yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan jasa sebagai daya tarik bagi para konsumen. Penggunaan teknologi informasi (TI) harus mampu menciptakan nilai (value) untuk pelanggan baik internal mapun eksternal. Perbankan syariah yang telah mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dapat meningkatkan kesehatan finansialnya dan tidak menyediakan sistem keuangan mengkhawatirkan, sehingga perbankan syariah akan memiliki citra positif di masyarakat pada umumnya.[19]

Dalam penelitian Rakhmawati dkk, (2013) mengatakan bahwa apabila kepercayaan nasabah terhadap bank ditingkatkan, maka akan diikuti dengan meningkatnya minat penggunaan sistem *internet banking*. Dan sebaliknya jika kepercayaan nasabah terhadap bank menurun, maka akan diikuti dengan menurunnya minat penggunaan sistem *internet banking*.

Begitupun dengan hasil penelitian yang dilakukan Citra Melasari, Agus Suroso, dan Ade Banani, dari analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa Faktor kepercayaan berpengaruh dalam meningkatkan minat penggunaan mobile banking Muamalat, khususnya di Cabang Purwokerto. Faktor kegunaan berpengaruh dalam meningkatkan minat penggunaan mobile banking Muamalat, khususnya di Cabang Purwokerto. Faktor kemudahan berpengaruh dalam meningkatkan minat penggunaan mobile banking Muamalat, khususnya di Cabang Purwokerto. Faktor privacy risk tidak berpengaruh dalam meningkatkan minat penggunaan mobile banking Muamalat, khususnya di Cabang Purwokerto. Faktor time risk tidak berpengaruh dalam meningkatkan minat penggunaan mobile banking Muamalat, khususnya di Cabang Purwokerto. Faktor financial risk tidak berpengaruh dalam meningkatkan minat penggunaan mobile banking Muamalat,

---

[19]Falikhatun. *Bank Syariah Di Indonesia: Ketaatan Pada Prinsip-Prinsip Syariahbdan Kesehatan Finansial*. CBAM-FE UNISSULA, Vol.1 No.1 2012. 252

khususnya di Cabang Purwokerto. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priestiani Putri Rahayu (2019) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking dengan variabel independen yaitu Persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan dan kenyamanan. Penelitian ini mempunyai kesamaan terkait penggunaan variabel kepercayaan dan kemudahan, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel brand equity. Peneliti menggunakan variabel yang berbeda yaitu variabel kepercayaan, kemudahan, dan brand equity.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menganggap penting untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **: "Pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syraiah Dan Mutu E-Banking Terhadap Pertumbuhan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)".**

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti dibatasi pada BSI yang ada di Lampung pada masalah pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syraiah Dan Mutu E-Bangking Terhadap Pertumbuhan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang melakukan transaksi menggunakan E-banking di Bank Syariah Indonesia (BSI), yang ditinjau dalam prinsip syariah terhadap pengaruh kepercayaan pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak di teliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan dalam prinsip syariah berpengaruh terhadap pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia ?
2. Apakah mutu *E-Banking* berpengaruh terhadap pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia ?
3. Apakah kepercayaan dalam prinsip syariah dan mutu e-banking berpengaruh terhadap pertumbuhan Nasabah Bank Syariah Indonesia.

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kepercayaan dalam prinsip syariah berpengaruh terhadap pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui mutu *E-Banking* berpengaruh terhadap pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk mengetahui kepercayaan dalam prinsip syariah dan mutu *e-banking* berpengaruh terhadap pertumbuhan Nasabah Bank Syariah Indonesia.

F. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberi input bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang perbankan.
b. Penelitian ini dapat menjadi pedoman arah dan langkah perusahaan dalam mengembangkan layanan jasa untuk meningkatkan kepercayaan nasabah guna untuk mempertahankan nasabah.

2. Manfaat Praktis

a. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan perusahaan atau organisasi mengenai pentingnya kepercayaan dan mutu *E-Banking* terhadap pertumbuhan nasabah.
b. Dapat membantu perbankan dalam mengembangkan dan meningkatkan pelayanan sistem *E-Banking* yang lebih baik lagi.

G. Penelitian Terdahulu

1. Ikhsan toga kharismawan dan ibnu widiyanto, tentang “pengaruh kemudahan penggunanaan akestabilitas, keamanan penggunaan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel

intervening terhadap minat bertransaksi ulang secara E-Banking, dengan metode penelitian kuantitatif deskriptif " (2016).. Hasil dari penelitian ini yaitu kemudahan penggunaan, kenyamanan penggunaan, keamanan penggunaan, dan kepercayaan pelanggan sama-sama berpengaruh positif terhadap minat bertansaksi ulang secara E-Banking. Persamaan penelitian ini adalah metode yang digunakan , yaitu kuantitatif dan sama sama meneliti mengenai E-Banking. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel bebas yaitu keamanan penggunaan.[20]

2. Dewi Rosa Indah, tentang "pengaruh E-Banking dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank BNI 46 Cabang Langsa" (2016). Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa E-Banking berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,155. Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama melakukan penelitian mengenai E-Banking, dan perbedaan penelitian ini terletak pada variabelnya dan tempat objek penelitianya.[21]
3. Tajudin, M. H & Mulazid, A. S., tentang"Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok " (2017). Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukan bahwa variabel promosi, kepercayaan dan kesadaran merek berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap proses keputusan menggunakan tabungan haji (Mabrur) BSM.[22]

---

[20]Ikhsan Toga Kharismawan, Dan Ibnu Widiyanto, (2016). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Aksebilitas, Keamanan Penggunaan Dan Kepercayaan Pelanggang Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara E-Banking". Diponogoro *Journal Of Management, Vol.5, No.1.*

[21]Dewi Rosa Indah, (2016). "Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BNI 46 Cabang Langsa". *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 5, No. 2, November.

[22]Tajudin, M. H & Mulazid, A. S, (2017). "Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok". *Islamiconomic Jurnal Ekonomi Islam. 8(1). 19-46.*

4. Nina Rizky, *et.al.* tentang "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng" (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Banking* dalam bertransaksi pada UMKM, (2) kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Banking* dalam bertransaksi pada UMKM, (3) pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *E-Banking* dalam bertransaksi pada UMKM, dan (4) persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan berpengaruh bersama-sama terhadap minat menggunakan *E-Banking* dalam bertransaksi pada UMKM.[23]

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan mengetahui pembahasan yang ada pada skripsi ini secara menyeluruh, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Penegasan judul, Latar belakang masalah, Indentifikasi dan batasan masalah, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat penelitian, Kajian penelitian terdahulu yang relevan dan Sistematika penulisan.

BAB II :LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Dalam bab ini menggunakan teori-teori yang mendasari pembahasan yang memuat tentang

[23]Nina Rizky, *et.al.* "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng". *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol: 9 No: 3 Tahun 2018

Pertumbuhan Nasabah, Kepercayaan, Prinsip syariah, dan Mutu sistem *E-bangking*.

BAB III :METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penulisan Skripsi. Bab metode penelitian meliputi: A. Pendekatan dan jenis penelitian, B. Populasi, sample, dan Teknik Pengumpulan data, C. Definisi operasional variabel. D. Instrumen penelitian. E. Uji validitas dan reabilitas data. G. Uji hipotesis.

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian data pembahasan memuat tentang tentang deskripsi data, pembahasan hasi; penelitian dan analisis.

BAB V :PENUTUP

Penutup memuat uraian tentang kesimpulan dan rekomendasi.

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai variabel kepercayaan dan mutu *e-banking* terhadap pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia, untuk bertransaksi secara *online*, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia untuk bertransaksi secara *online*. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Pertumbuhan Nasabah.
2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa mutu *e-banking* memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia untuk bertransaksi secara *online*. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Mutu E-Banking berpengaruh terhadap Pertumbuhan Nasabah.
3. Berdasarkan hasil F-statistik menunjukkan bahwa kepercayaan dan mutu *e-banking* berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia untuk bertransaksi secara *online.* Hasil penelitian menunjukkkan bahwa kepercayaan dan mutu *e-banking* berpengaruh terhadap pertumbuhan nasabah.

B. Saran

Dalam hal ini peneliti juga memiliki saran untuk kedepannya, antara lain:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Diharapkan mampu mengembangkan variable penelitian lebih luas lagi. Hal ini mengingat bahwa dalam penyusunan skripsi ini mungkin ada banyak hal yang belum sepenuhnya terselesaikan dengan baik.

2. Mengenai kepercayaan dan mutu *e-banking*, hendaknya lembaga Bank Syariah Indonesia lebih memperhatikan mutu pelayanan khusunya *e-banking* serta selalu meningkatkan kepercayaan nasabah melalui berbagai fasilitas dan layanan yang diberikan.
3. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia
   Agar lebih memperkenalkan lagi tentang apa itu layanan E-banking walaupun dalam penelitian ini menunjukan pengaruh positif antara layanan E-banking terhadap kepuasan nasabah dan lebih meningkatkan lagi kualitas produk layanan E-banking sendiri. menurut penulis itu penting agar lebih bisa meningkatkan pengetahuan masyarakat tetang layanan E-banking apa saja yang ada dan lebih menarik perhatian lagi bagi masyarakat yang belum menggunakan produk layanan E-banking.
4. Mengenai kepercayaan dan mutu e-banking, hendaknya lembaga Bank Syariah indonesia lebih memperhatikan mutu pelayanan khusunya e-banking serta selalu meningkatkan kepercayaan nasabah melalui berbagai fasilitas dan layanan yang diberikan.
5. Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia,
   Hendaknya lebih berhati-hati dalam menggunakan berbagai layanan apapun agar tetap nyaman dalam menggunakan fasilitas dan layanan yang diberikan oleh lembaga Bank Syariah Indonesia.
6. Bagi Fakultas Ekonomi Bisnis
   Semoga dengan adanya penelotian ini dapat dijadikan bahan refrensi untuk dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Afzalurrahman. *Muhammad Sebagai Pedagang*, Jakarta : Yayasan Swarna Bhumy, 2000

Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*.Bandung : Alfabeta, 2010

Ali, Lukman. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1995.

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, 2006.

Budiono.*Teori Pertumbuhan Ekonomi,*Yogyakarta : PBFE, 1992.

Gunawan,Imam. *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013.

Harinaldi,M.Eng, (2005). *Prinsip-Prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*. (Jakarta: Penertbit Erlangga)

Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, PT Raja Grafindo Persada,Jakarta, 2014.

Kartono, Kartini*Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung, Mandar Maju, 1996,

Kotler dan Keller.*Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi Kedua belas, PT. Indeks,Jakarta, 2007

Kotler dan Keller. *Manajemen Pasar,*Jakarta : Erlangga Edisi 12, 2012

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Prenhallindo, 2000.

Lestari, Dian . Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking, Universitas Brawijaya. 6-7

Nasution, M,N.*Manajemen Mutu Terpadu*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004.

Muchtar, Bustari dkk.*Bank dan Lembaga Keuangan Lain*.Kencana : Jakarta, 2016.

Muhammad, *Model-model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, UII Press,Yogyakarta: 2009.

Onno W Purbo, Muhammad. *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta : Unit Penerbit Dan Percetakan Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.

Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, *Kamus BesarBahasa Indonesia*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Prof. Mudrajad Kuncoro, Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Jakarta, Erlangga,2013, h.148

Prof. Rifai Veitzhal Dan Rifki Ismal, *Management For Islamic Bank*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta: 2013, h. 366-367

Sugiyono,*Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabet, 2012

Suharsimi Arikunto, (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta)

Sudjana, (2009). "*Metode Statistik".* (Bandung : PT. Tarsito)

Sunarto, Ridwan, *Pengantar Statistik*, Bandung, Alfabeta, 2013.

Supriyono, Maryanto, *Buku Pintar Perbankan Dilengkapi Studi Kasus dan KamusPerbankan*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2011.

Stinnet Billl, *Think Like Your Customer,*Jakarta : Alex Media Komputindo.

Temporal Paul Dan Martin Trott, *Romancing The Customer : Memaksimalkan NilaiMerek Melalui Kekuatan Relationship Management*, Jakarta : Penerbit Salemba Empat, 2002.

Vyctoria, *Bangkar Rahasia E-Banking Security Dengan Teknik Hacking dan carding.* Penerbit Andi, Yogyakarta, 2013.

Jurnal

Adji, Jennifer dan Hatane Semuel, MS. (2014). "Pengaruh Satisfactsion dan Trutst Terhadapat Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbuck The Square Surabaya", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra,* Vol.2 No.1.

Andespa Roni, "Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan", *Jurnal Kajian EkonomiIslam*, Vol.1 No. 2

Al Fian, Junai, (2016). "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya", *Jurnal Umum Dan RisetManajemen* Vol. 5, No.6

Ansori Aan.(2017). *Penerapan E-Banking Syariah Pada Sistem Informasi ManajemenPerbankan Syariah,* Jurnal Banque Syar'i. Vol.3 No. 1 Januari – Juni.

Dwiana, Ira, *et.al.* Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang

Falikhatun. (2012). *Bank Syariah Di Indonesia: Ketaatan Pada Prinsip-Prinsip SyariahbdanKesehatan Finansial,* CBAM-FE UNISSULA, Vol.1 No.1.

Gerrad dan Cunningham, (2003). *The difusio'n of internet bangking among Singaporeconsumers. Internasional Journal of Bank Marketing,* Vol.21.

Hermana Budi, (2010). Pengukuran Kualitas Layanan Internet Banking, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No.1, Vol. 12

Kusuma Indaryani, Dwi, (2015). Pengaruh Kualitas Terhadap Layanan Customer pride dan Kepercayaan Nasabah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Kembali Studi Kasus Pada PT. Bank BRI Pekalongan. *Jurnal SAINS Peasaran Indonesia Vol. XIV, No. 2, Sepetember*

Laily Romadloniyah, Alifathul dan Dwi Hari Prayitno. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat NaSABAH Dalam Menggunakan E-Money Pada BRI Lamongan. *Jurnal Pendidikan dan Akuntansi Vol. III No. 2 Juni.*

Layanan E-Banking". (2013). *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra,Arsitektur & Teknik Sipil),* Vol.5, Bandung

M. Ridwan dan M. abrar Kasmin. (2020). Analisis Pengaruh E-Banking Terhadap Pelayanan dan Kemudahan Perbankan Syariah Dalam Bertransaksi. *Jurnal Bidang Kajian Islam Vol. 6 No. 2*

Pinontoan, Wulan. Pengaruh *E-Banking*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013*

R, M, Morgan And Hunt, S. D. "Consumers' Trust In A Brand And The Link ToBrand Loyality" *Journal Of Market Focused Managemant*, Vol. 4.

Rakhamawati, Sherly. (2013). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Pada Cabang Madiun, *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan Vol. 2 No. 2 Oktober*

Rizky, Nina, *et.al.*, (2018). PengaruhPersepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada UMKM di Kecamatan Buleleng. *JIMAT Vol. 9 No. 3*

Rosa Indah, Dewi. (2016). ”Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BNI 46 Cabang Langsa”, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol. 5, No. 2, November.

Tajudin, M. H & Mulazid, A. S/ (2017). ”Pengaruh Promosi, Kepercayaan, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok”, *Islamiconomic Jurnal Ekonomi Islam. 8(1). 19-46*.

Tho’in Muhammad. (2016). *Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berdasarkan Prinsip-Prinsip Syariah Islam*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.02 No.03 November.

Toga Kharismawan Ikhsan, dan Ibnu Widiyanto. (2016). “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Kenyamanan Aksebilitas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara E-Banking”, Diponogoro *Journal Of Management*, Vol.5, No.1.

Yusrina. (2013). *Peranan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank BRI Cabang Banda Aceh, Universitas Abulyatama Aceh*, Jurnal EkonomiManajemen Dan Bisnis, Vol. 1, No. 2

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER RESPONDEN

Responden yang terhormat :

Perkenalkan saya mahasiswi UIN Raden Intan Lampung yang sedang mengadakan penelitian tentang "Pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syariah Dan Mutu E-Banking Terhadap Pertumbuhan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia". Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuisioner. Berikut kuisioner yang saya ajukan, mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

A. Petunjuk penyelesaian

1. Pilihalah pertanyaan sesuai pendapat Bapak/Ibu tentang keberadaan sikap dan perilaku Bapak/Ibu alami dalam lingkungan kerja.
2. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda (√) pada salah satu penilaian yang paling sesuai menurut Bapak/Ibu. Pada setiap pertanyaan pernyataan telah disediakan bagian 4 point skala di sampingnya dengan keterangan sebagai berikut:

Keterangnan	Skor
STS (Sangat Tidak Setuju	1
TS (Tidak Setuju)	2
S (Setuju)	4
SS (Sangat Setuju)	5

B. Identitas Responden

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki
☐ Perempuan

Usia : ☐ 21-30 Tahun
☐ 31-40 Tahun
☐ >40 Tahun

Pendidikan Terakhir : ☐ SLTA atau Sederajat
☐ Ahli Madya (D3) atau Sederajat
☐ Sarjana (S1) atau Sederajat
☐ Pasca Sarjana (S2)
☐ Lainnya, sebutkan…….

Variabel Kepercayaan

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya percaya bertransaksi secara*online* menggunakan *e-banking* mampu memenuhi kepuasan transaksi saya sebagai nasabah				
2.	Saya percaya transaksi secara*online* mampu memberikan pelayanan yang terbaik				
3.	Saya percaya transaksi secara*online* dapat memenuhi kebutuhan transaksi saya				
4.	Saya bersedia memberikan informasi keuangan yang diperlukan untuk bertransaksisecara *online* menggunakan *e-banking*				
5.	Saya bersedia memenuhi syaratdan ketentuan dari transaksi secara *online* menggunakan *e- banking*				

Variabel Mutu *e-banking*

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
6.	Dengan menggunakan transaksi secara *online* menggunakan *e- banking* saya mampu menghemat waktu				
7.	Transaksi secara *online* menggunakan *e-banking* memberikan layanan yang cepat				
8.	Transaksi secara *online* menggunakan *e-banking* mampumeningkatkan kinerja saya				
9.	Transaksi secara *online* menggunkan *e-banking* sangatpenting bagi saya				
10.	Saya mampu memantau dan mengendalikan informasi pribadidalam melakukan transaksi secara *online*				
11.	Bank mampu melindungi transaksi secara *online* menggunakan *e-banking* dari akses yang tidak sah atau tidakdisengaja				

Variabel Pertumbuhan Nasabah

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
12.	Saya mencari informasi mengenai transaksi secara *online*menggunakan *e-banking*				
13.	Saya tertarik melalukan transaksi secara *online* menggunakan *e-banking*				
14.	Saya berkeinginan untuk terus bertransaksi secara *online* menggunakan *e-banking* di masayang akan datang				
15.	Saya mereferensikan bertransaksi secara *online* menggunakan *e-banking* kepadaorang lain.				
16.	Saya melakukan transaksi secara*online* menggunakan *e-banking* karena adanya kebutuhan				
17.	Saya mencari informasi tentangtransaksi secara *online* menggunakan *e-banking* sebelum memutuskan untuk bertransaksi				
18.	Saya melakukan evaluasi terhadap beberapa layanan produk perbankan yang ditawarkan				

19.	Saya memutuskan untuk bertransaksi secara *online* karenasesuai dengan keinginan saya				
20.	Saya memutuskan akan melakukan transaksi secara *online* sampai masa yang akandatang, karena bertransaksi secara *online* memenuhi kepuasan saya				

Lampiran 2

Jawaban Responden Variabel Kepercayaan

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Jumlah
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	3	4	3	18
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	3	3	4	4	18
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	3	4	3	18
10	4	4	3	4	4	19
11	4	4	4	4	4	20
12	4	3	3	4	4	18
13	4	4	4	4	4	20
14	3	3	4	3	4	17
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	4	4	3	18
17	4	4	3	4	2	17
18	4	3	4	3	2	16
19	3	4	4	3	4	18
20	3	4	3	2	2	14
21	4	2	3	2	3	14
22	3	3	4	4	4	18
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	3	4	4	19
25	4	4	3	4	4	19
26	4	4	4	3	4	19

27	4	4	3	4	4	19
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	3	3	4	3	17
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	3	4	3	18
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20
36	4	3	3	4	4	18
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	20
39	4	2	4	3	4	17
40	4	4	4	2	2	16
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	3	4	19
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	3	4	3	4	4	18
49	4	4	3	3	4	18
50	4	4	4	4	4	20

Lampiran 3

Jawaban Responden Variabel Mutu *E-Banking*

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jumlah
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	3	3	22
3	4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	4	4	3	3	22
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	3	4	4	4	4	23
7	4	4	4	3	4	4	23
8	4	3	4	3	4	4	22
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	3	3	4	4	4	22
11	4	4	4	3	4	4	23
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	3	4	3	4	22
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	3	3	4	4	22
18	3	3	4	4	4	4	22
19	4	4	4	4	4	4	24
20	3	3	4	4	4	4	22
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	3	23
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	3	4	4	3	22

25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	3	4	4	4	23
27	3	3	4	4	4	4	22
28	3	4	4	4	4	4	23
29	4	4	4	3	4	4	23
30	4	4	4	4	4	3	23
31	4	4	3	4	4	4	23
32	4	4	4	4	4	3	23
33	3	4	3	4	4	4	22
34	2	3	4	4	4	4	21
35	4	4	4	4	4	2	22
36	4	4	3	3	3	4	21
37	4	4	4	4	3	4	23
38	4	4	3	4	3	4	22
39	4	3	4	3	4	4	22
40	4	4	4	4	3	4	23
41	4	4	4	3	4	3	22
42	4	4	4	4	4	3	23
43	3	4	4	3	4	4	22
44	4	4	3	4	4	4	23
45	4	3	4	4	4	4	23
46	4	4	4	4	3	4	23
47	4	4	4	3	3	4	22
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	3	4	23
50	4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 4

Jawaban Responden Variabel Pertumbuhan Nasabah

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.4	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Jumlah
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	33
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
6	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33
7	4	4	4	3	3	3	4	4	3	32
8	4	3	2	4	4	3	3	4	4	31
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
13	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
14	3	4	4	4	4	4	3	4	3	33
15	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
16	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	4	4	4	4	2	4	3	3	2	30
19	3	4	3	4	4	4	4	3	4	33
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
21	4	3	4	4	2	4	4	4	2	31
22	4	4	4	4	2	3	3	4	2	30
23	4	4	4	3	3	3	4	3	3	31
24	3	4	3	4	4	4	4	3	4	33
25	4	3	3	4	4	4	2	3	3	30
26	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35

27	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
28	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
31	3	4	4	3	4	4	3	4	4	33
32	3	4	3	4	4	3	4	4	4	33
33	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
34	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
36	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
37	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
40	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
41	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
42	4	4	4	4	2	4	4	4	2	32
43	4	3	3	3	4	4	3	3	4	31
44	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
45	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
46	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
47	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
48	4	4	3	3	3	4	4	4	3	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
50	4	4	4	4	3	3	4	4	3	33

Lampiran 5

Hasil Uji Data Responden dengan SPSS

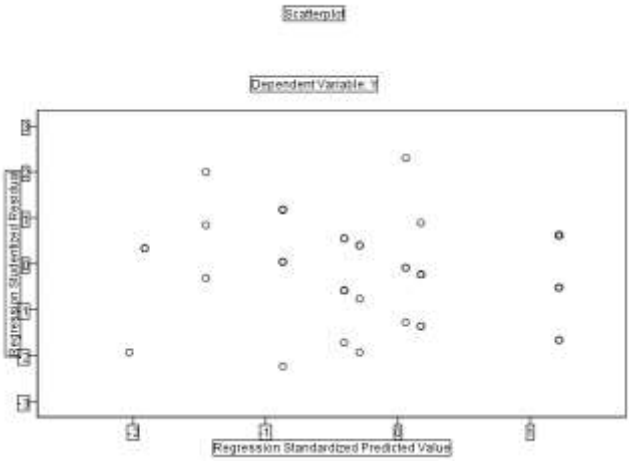
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88136108
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.108
	Negative	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		.910
Asymp. Sig. (2-tailed)		.379

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Heteroskedesitas



Hasil Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.307	3.125		2.658	.011
	X1	.692	.172	.509	4.025	.000
	X2	.554	.198	.354	2.796	.007
a. Dependent Variable: Y						

Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.937	2	34.968	43.179	.000[a]
	Residual	38.063	47	.810		
	Total	108.000	49			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.805[a]	.648	.633	.900	1.859

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.307	3.125		2.658	.011		
	X1	.692	.172	.509	4.025	.000	.468	2.136
	X2	.554	.198	.354	2.796	.007	.468	2.136

a. Dependent Variable: Y

LEMBAR REVISI

Nama : Mahyudi Saputra
NPM : 1651020568
Prodi : Perbankan Syariah

No	Revisi	Jawaban
		Batasan Masalah Dalam penelitian ini, peneliti dibatasi pada BSI yang ada di **Lampung** pada masalah pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syariah Dan Mutu E-Bangking Terhadap Pertumbuhan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang melakukan transaksi menggunakan E-banking di Bank Syariah Indonesia (BSI), yang ditinjau dalam prinsip syariah terhadap pengaruh kepercayaan pertumbuhan nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).
		1. Bank Syariah Menurut UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedang pengertian prinsip syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum Islam. [1] Menurut Karnaen Purwaatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Salah satu unsur yang harus dijauhi dalam muamalah Islam adalah praktikpraktik yang mengandung unsur riba (spekulasi dan tipuan).[2] Bank syariah adalah bank yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam. Peran dan fungsi bank syariah, di antaranya sebagai berikut:[3] a. Sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat atau dunia usaha dalam bentuk tabungan (mudharabah), dan giro (wadiah), serta menyalurkannya kepada sektor riil yang membutuhkan. b. Sebagai tempat investasi bagi dunia usaha (baik dana modal maupun

[1] A. Djazuli dan Yadi Yanuari, Lembaga-lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan), (Jakarta: Rajawali Press, 2001). 53

[2] Muhammad Firdaus NH, dkk, Konsep & Implentasi Bank Syariah, (Jakarta: Renaisan, 2005). 18

[3] Imamul Arifin, Membuka Cakrawala Ekonomi, (Jakarta: Setia Purna Inves 2007). 14

dana rekening investasi) dengan menggunakan alat-alat investasi yang sesuai dengan syariah.

c. Menawarkan berbagai jasa keuangan berdasarkan upah dalam sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan.

d. Memberikan jasa sosial seperti pinjaman kebajikan, zakat dan dana sosial lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam.

2. Ekonomi Islam Dalam Mashlahah

Perilaku konsumen dalam Islam menekankan pada konsep dasar bahwa manusia cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan maslahah maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas ekonomi Islam bahwa setiap pelaku ekonomi ingin meningkatkan maslahah yang diperolehnya dalam berkonsumsi. Tujuan lain dari konsumen adalah bertujuan untuk mencapai maslahah. Pencapaian maslahah merupakan tujuan dari syariat Islam yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi. Maslahah dipergunakan dalam ekonomi Islam, disebabkan penggunaan asumsi manusia bertujuan mencari kepuasan (utility) maksimum tidak mampu menjelaskan apakah barang yang memuaskan selalu identik dengan barang yang memberikan manfaat atau berkah bagi penggunanya. Selain itu, batasan seseorang dalam mengonsumsi hanyalah kemampuan anggaran tanpa mempertimbangkan aturan dan prinsip syariat.[4]

Perilaku konsumen dalam Islam menekankan pada konsep dasar bahwa manusia cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan maslahah maksimal. Hal ini sesuai dengan rasionalitas dalam ekonomi Islam bahwa setiap pelaku ekonomi ingin meningkatkan maslahah yang diperolehnya dalam konsumsi. Dalam Al-Qur'an, kata maslahah banyak disebut dengan istilah manfaat yang berarti kebaikan yang terkait dengan material, fisik, dan psikologis. Maslahah sering diungkap juga dengan istilah lain seperti hikmah, huda dan barakah, yang berarti imbalan baik yang dijanjikan oleh Allah mulai di dunia dan hingga di akhirat. Dengan demikian maslahah mengandung pengertian kemanfaatan dunia dan akhirat.[5]

Konsep maslahah dikoneksikan dengan kebutuhan, sedangkan kepuasan dikoneksikan dengan keinginan. Dengan demikian, kepuasan merupakan suatu akibat dari terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan maslahah merupakan suatu akibat atas terpenuhinya kebutuhan. Meskipun demikian, terpenuhinya suatu kebutuhan juga akan memberikan kepuasan, terutama jika kebutuhan tersebut didasari dan diingekan sehingga akan merasakan maslahah sekaligus kepuasan. Berbeda dengan kepuasan yang bersifat individualis, maslahah tidak hanya dirasakan oleh individu, tetapi dapat dirasakan pula oleh orang

[4] Rozalinda, Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi, PT Grafindo Persada, Jakarta, 2014. 202

[5] Anita Rahmawaty, Ekonomi Mikro Islam, Nora Media Enterprise, Kudus, 2011. 69

		lam atau sekelompok masyarakat. **Kerangka Pikir** Mutu dapat diberikan dengan melalui layanan yang diberikan untuk nasabah dan akses dari penggunaan ***e-banking*** itu lebih mudah dan cepat dari perusahaan pesaing.
		Dewan Direksi Bank Syariah Indonesia: i. Direktur Utama: Hery Gunardi ii. Wakil Direktur Utama: Bob Tyasika Ananta iii. Direktur Wholesale Transaction Banking: Zaidan Novari iv. Direktur Retail Banking: Ngatari v. Direktur Sales & Distribution: Amon Sukama vi. Direktur Information Technology: Achmad Syafii vii. Direktur Risk Management: Tiwul Widyastuti viii. Direktur Compliance & Human Capital: Tribuana Tunggadewi ix. Direktur Finance & Strategy: Ade Cahyo Nugroho x. Direktur Treasury & International Banking: Moh. Adib Dewan Komisaris Bank Syariah Indonesia: 1) Komisaris Utama/Independen: Adiwarman Azwar Karim 2) Wakil Komisaris Utama/Independen: Muhammad Zainul Majdi 3) Komisaris Independen: Komaruddin Hidayat 4) Komisaris Independen: Mohamad Nasir 5) Komisaris Independen: M. Arief Rosyid Hasan 6) Komisaris: Masduki Baidlowi 7) Komisaris: Imam Budi Sarjito 8) Komisaris: Sutanto 9) Komisaris: Suyanto 10) Komisaris: Nizar Ali. Dewan Pengawas Syariah: 1) Ketua : Dr. KH. Hasanudin, M.Ag 2) Anggota : Dr. H. Mohamad Hidayat, MBA, MH 3) Anggota : Dr. H. Oni Sahroni, M.A 4) Anggota : Prof. DR. KH. Didin Hafidhuddin, MS.[6]
		Uji Deskriptif dan Uji Asumsi Klasik dipisah
		Pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syariah Terhadap Pertumbuhan Nasabah Menurut Gunawan kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang menunjukan perasaan suatu produk atau merek. Diperkuat oleh pendapat Akbar dan Parvez (2009): "*In business trust is viewed*

[6]https://www.merdeka.com/perbankan/ini-susunan-komisaris-dan-direksi-baru-bank-bsi-tahun-2022.html

		as one of the most relevant antecedents of stable and collaborative relationship".[7] Pendapat ini menyelaskan bahwa diperlukan sebuah kepercayaan untuk bisa membangun hubungan yang stabil dan hubungan yang menyeluruh diantara berbagai pihak yang terlibat interaksi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2015) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Kepercayaan menjadi salah satu bentuk keyakinan yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran. **2. Pengaruh Mutu E-Banking Terhadap Pertumbuhan Nasabah** Susantiyo (2011) menyatakan bahwa mutu sistem e-banking merupakan suatu proses evaluasi yang dilakukan pelanggan mengenai kesempurnaan sistem.[8] Hal ini menunjukkan sistem yang baik dan mudah dimengerti mampu meningkatkan rasa percaya yang tinggi akan suatu kinerja produk. Sistem yang baik adalah sistem yang dapat memberikan kenyamanan pada penggunanya. Selain itu, Mircholi *et al*., (dalam Yousefi *et al*, 2015), menyatakan bahwa kualitas layanan e-banking berdampak pada kepercayaan elektronik.[9] Dengan demikian, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilatul Fitri (2016) tentang Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah memiliki pengaruh yang positif
		A. Kesimpulan Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai variabel kepercayaan dan mutu *e-banking* terhadap pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia, untuk bertransaksi secara *online*, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia untuk bertransaksi secara *online*. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh

[7] Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japariatto. Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesbilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014). 2

[8] Susantiyo, Purwaupatro. (2011). "Analisis Pengaruh Trust Dan Mutu Sistem Ebanking Terhadap Minat Bertransaksi Online". Universitas Diponegoro. Semarang.

[9] Yousefi, Neda dan Nasiripour, Amir Ashkan. (2015). A Proposed Model of Etrust for Electronic Banking. Management Science Letters.1029-1040

		terhadap Pertumbuhan Nasabah 2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa mutu *e-banking* memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia untuk bertransaksi secara *online*. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa Mutu E-Banking berpengaruh terhadap Pertumbuhan Nasabah. 3. Berdasarkan hasil F-statistik menunjukkan bahwa kepercayaan dan mutu *e-banking* berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan nasabah Bank Syariah Indonesia untuk bertransaksi secara *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan mutu *e-banking* berpengaruh terhadap pertumbuhan nasabah.
		B. Saran Dalam hal ini peneliti juga memiliki saran untuk kedepannya, antara lain: 1. Bagi Peneliti Selanjutnya Diharapkan mampu mengembangkan variable penelitian lebih luas lagi. Hal ini mengingat bahwa dalam penyusunan skripsi ini mungkin ada banyak hal yang belum sepenuhnya terselesaikan dengan baik. 2. Mengenai kepercayaan dan mutu *e-banking*, hendaknya lembaga Bank Syariah Indonesia lebih memperhatikan mutu pelayanan khususnya *e-banking* serta selalu meningkatkan kepercayaan nasabah melalui berbagai fasilitas dan layanan yang diberikan. 3. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia Agar lebih memperkenalkan lagi tentang apa itu layanan E-banking walaupun dalam penelitian ini menunjukan pengaruh positif antara layanan E-banking terhadap kepuasan nasabah dan lebih meningkatkan lagi kualitas produk layanan E-banking sendiri. menurut penulis itu penting agar lebih bisa meningkatkan pengetahuan masyarakat tetang layanan E-banking apa saja yang ada dan lebih menarik perhatian lagi bagi masyarakat yang belum menggunakan produk layanan E-banking. 4. Mengenai kepercayaan dan mutu e-banking, hendaknya lembaga Bank Syariah indonesia lebih memperhatikan mutu pelayanan khususnya e-banking serta selalu meningkatkan kepercayaan nasabah melalui berbagai fasilitas dan layanan yang diberikan. 5. Bagi Nasabah Bank Syariah Indonesia, Hendaknya lebih berhati-hati dalam menggunakan berbagai layanan apapun agar tetap nyaman dalam menggunakan fasilitas dan layanan yang diberikan oleh lembaga Bank Syariah Indonesia. 6. Bagi Fakultas Ekonomi Bisnis Semoga dengan adanya penelotian ini dapat dijadikan bahan refrensi untuk dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN
JL.Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp.(0721) 780887-74511 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor: B-4152/ Un.16 / P1 /KT/VI/ 2022

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Zarkasi, S.Ag., M.Sos. I
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung
Menerangkan bahwa artikel ilmiah dengan judul

PENGARUH KEPERCAYAAN DALAM PRINSIP SYARIAH DAN MUTU E-BANKING TERHADAP PERTUMBUHAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)

karya:

NAMA	NPM	FAK/PRODI
Mahyudi Saputra	1651020568	FEBI/PS

Bebas plagiasi sesuai dengan tingkat kemiripan sebesar 19% . Dan dinyatakan lulus dengan bukti terlampir.
Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 29 Juni 2022
Kepala Pusat Perpustakaan

Ahmad Zarkasi, S.Ag., M.Sos. I
NIP.197308291998031003

Ket:
1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyelesaian di Pusat Perpustakaan

Pengaruh Kepercayaan Dalam Prinsip Syariah dan Mutu E-Banking Terhadap Pertumbuhan Nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI)

ORIGINALITY REPORT

19%	18%	6%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.radenintan.ac.id Internet Source	6%
2	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	3%
3	Submitted to IAIN Pontianak Student Paper	1%
4	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
5	text-id.123dok.com Internet Source	1%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
7	Submitted to Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Student Paper	<1%
8	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1%

9	islamicmarkets.com Internet Source	<1 %
10	lestarinurbudi.wordpress.com Internet Source	<1 %
11	id.scribd.com Internet Source	<1 %
12	Aan Ansori. "PENERAPAN E-BANKING SYARIAH PADA SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH", Banque Syar'i : Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah, 2019 Publication	<1 %
13	docplayer.info Internet Source	<1 %
14	Sandi Irawan, Muhammad Iqbal Fasa, A. Kumedi Ja'far. "Analisis Akad Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Indonesia Cabang Pringsewu", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2021 Publication	<1 %
15	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
17	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %

18	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
19	journal.unpad.ac.id Internet Source	<1 %
20	Submitted to IAIN Salatiga Student Paper	<1 %
21	docobook.com Internet Source	<1 %
22	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
23	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
24	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
25	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
26	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
27	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
28	www.setneg.go.id Internet Source	<1 %
29	Repository.umy.ac.id	

	Internet Source	<1 %
30	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
31	journal.stitpemalang.ac.id Internet Source	<1 %
32	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
33	simdos.unud.ac.id Internet Source	<1 %
34	id.123dok.com Internet Source	<1 %
35	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
36	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
37	tirto.id Internet Source	<1 %
38	www.antaranews.com Internet Source	<1 %
39	www.jurnalmudiraindure.com Internet Source	<1 %
40	www.pilarjatim.com Internet Source	<1 %

41	core.ac.uk Internet Source	<1 %
42	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
43	eprintslib.ummgl.ac.id Internet Source	<1 %
44	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
45	ojs.uniska-bjm.ac.id Internet Source	<1 %
46	repository.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
47	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %
48	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography On
Exclude matches < 5 words