

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebar angket kepada responden yang merupakan nasabah dari BRI Syariah. Dari pengujian hipotesis yang dilihat dari hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.540 > 1,985$) dan nilai signifikan menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan ($0,001 < 0,05$), ini berarti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi secara Online. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kepercayaan nasabah kepada Bank maka semakin besar pula minat nasabah untuk bertransaksi secara Online pada BRI Syariah tanpa berfikir was-was.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Djaslim Salidin dalam bukunya yang berjudul unsur-unsur inti pemasaran dan manajemen pemasaran ringkasan praktis yang menyatakan bahwa kepercayaan seseorang terhadap sesuatu produk memiliki peran tersendiri dalam membentuk perilaku seseorang, yaitu dengan memilih produk yang baik dan juga tepercaya. Djaslim Salidin juga menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat seseorang dalam menentukan pilihan.⁶⁹

⁶⁹ Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis*, cet. Ke-2, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm 51.

Hubungan jangka panjang loyalitas nasabah terletak pada kepercayaan antara nasabah dengan pihak bank. Kepercayaan nasabah merupakan variabel utama dalam menjaga dan mempertahankan hubungan antara bank dan nasabahnya,. Agar dapat bertahan di era digitalisasi pihak bank harus mempunyai nasabah yang loyal yang percaya terhadap layanan berbasis Online. Dalam hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Brian Dwi Saputro (2013)⁷⁰ dengan judul” Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking”. Dalam penelitian ini variabel Kualitas layanan dan Kepercayaan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan internet banking dengan koefisien R 0,268 dan nilai t hitung sebesar 8,489>t table 1.960 pada tariff signifikan 5%.

Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan Ikhsan Toga Kharismawan dan Ibnu Widiyanto (2019), yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Akseibilitas, Hasil dari penelitian ini variabel

⁷⁰ Brian Dwi Saputro, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*, Jurnal Nominal Vol 2 No 1 Tahun 2013

Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara *e-banking*.⁷¹

Dengan demikian berdasar pada penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi secara Online pada BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong minat nasabah untuk bertransaksi, pengaruh positif nampak pada sebagian besar tanggapan responden merasa percaya menggunakan layanan Mobile Banking dengan bersedia memberi informasi keuangan yang diperlukan untuk bertransaksi karena yakin data mereka akan aman dan tidak akan disalahgunakan oleh BRISyariah.

B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebar angket kepada responden yang merupakan nasabah dari BRI Syariah. Dari pengujian hipotesis yang dilihat dari hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.212 > 1,985$) dan nilai sig menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan ($0,029 < 0,00$), ini berarti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi secara Online. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi dan bagus kualitas produk yang

⁷¹ Ikshan Toga Kharismawan, dan Ibnu Widiyanto, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Akseblitas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervining Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara E-Banking*, (Diponegoro Journal Of Management), Vol. 5, No. 1, 2016

diberikan oleh BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung, maka semakin tinggi minat nasabah untuk bertransaksi secara Online menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ahyari dalam bukunya yang berjudul perencanaan sistem produksi, bahwa agar konsumen merasa cocok dengan suatu produk maka produk harus disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pembeli. Dengan kata lain produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut.⁷²

Kualitas produk menjadi salah satu tolak ukur penting bagi kesuksesan sebuah perusahaan. Karena dengan kualitas produk yang baik, perusahaan akan mampu bersaing dengan para pesaingnya. Perusahaan juga harus melakukan inovasi baru terhadap produk yang mereka tawarkan karena konsumen cenderung bersikap kritis terhadap produk-produk yang tersebar di pasaran. Untuk tetap menjaga dan menarik minat nasabah untuk bertransaksi dibutuhkan kualitas produk yang semakin baik, sehingga sesuai dengan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online di BRI Syariah KK Tulungagung. Hubungan positif ini dikarenakan kualitas produk dinaikan oleh bank maka minat nasabah untuk bertransaksi akan meningkat.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Fitriya Dini Qoyyimah⁷³ yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh

⁷² Agus Ahyari, *Perencanaan Sistem Produksi*, (Yogyakarta: BPFE, 1985), hlm 2

⁷³ Fitriya Dini Qoyyimah, "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan...*", hlm 94

positif terhadap minat nasabah dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwodadi, maka akan semakin tinggi minat nasabah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, kualitas produk sangat mempengaruhi minat nasabah untuk bertransaksi secara Online. Pengaruh yang positif ini nampak pada sebagian besar responden yang merasa senang menggunakan Mobile Banking dan akan menggunakannya dimasa depan karena fitur yang ada pada Mobile Banking sesuai yang mereka butuhkan.

C. Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Secara Online

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebar angket kepada responden yang merupakan nasabah dari BRI Syariah. Dari pengujian hipotesis yang dilihat dari hasil t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5.394 > 1,985$) dan nilai signifikan menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan ($0,000 < 0,05$), ini berarti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi secara Online. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Bank BRI Syariah maka minat nasabah untuk bertransaksi secara Online akan semakin bertambah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Atep Adya Barata, bahwa kualitas layanan merupakan daya tarik yang besar bagi para pelanggan,

sehingga korporat bisnis sering kali menggunakan sebagai alat untuk menarik minat pelanggannya.⁷⁴

Kualitas layanan merupakan kunci dan faktor yang penting dalam strategi bisnis, karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian berulang, positif *World of mouth*, loyalitas pelanggan, dan diferensiasi produk yang kompetitif.⁷⁵

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Kottler menyatakan bahwa kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Pihak yang menilai suatu jasa itu berkualitas atau tidak adalah pelanggan karena merekalah yang mengonsumsi jasa perusahaan. Oleh karena itu perusahaan jasa yang ingin unggul dalam cabang harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Apabila semakin baik kualitas layanan maka semakin meningkatkan minat nasabah untuk bertransaksi secara Online. sehingga sesuai dengan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Achmad Fandi⁷⁶ yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di PT Bank Syariah Mandiri Surabaya dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,005$.

⁷⁴ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), hlm 23

⁷⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 213

⁷⁶ Achmad Fandi, "*Pengaruh Kualitas Layanan...*", hlm 115.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu Marthauli, R. Elly Mirati, dan Rahmanita Vidyasari (2021)⁷⁷, yang berjudul pengaruh ketersediaan fitur layanan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BCA Mobile Wilayah Jabodetabek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ketersediaan fitur layanan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BCA Mobile.

Berdasarkan pada penelentitan yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas layanan Mobile Banking menjadi perhatian penting bagi bank untuk meningkatkan minat nasabah untuk bertransaksi secara Online di BRISyariah. Semakin baik kualitas layanan Mobile Banking maka nasabah akan merasa nyaman dan terus menggunakannya untuk bertransaksi.

D. pengaruh kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *Mobile Banking* terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online

berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, hasil Uji f kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online dengan nilai F_{hitung} sebesar $30.006 > 2,70$ dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *Mobile Banking* untuk bertransaksi secara Online pada Bank BRI

⁷⁷ Marthauli, R. Elly Mirati dan Rahmanita Vidyasari, *Pengaruh Ketersediaan Fitur Pelayanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan BCA Mobile di Wilayah Jabodetabek*, Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan, Vol. 8, No. 1, tahun 2021, hlm 1463

Syariah, artinya bahwa semakin meningkat kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *Mobile Banking* maka akan meningkatkan minat nasabah untuk bertransaksi secara Online secara signifikan dan sebaliknya semakin menurun kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *Mobile Banking* maka akan menurunkan minat nasabah untuk bertransaksi secara Online.

Minat merupakan salah satu aspek yang dibutuhkan oleh nasabah, minat merupakan kecondongan seseorang terhadap sesuatu yang ingin diketahuinya sehingga orang tersebut akan melakukan suatu kegiatan. Dalam era digital seperti saat ini transaksi secara *Online* menggunakan *Mobile Banking* sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena tidak perlu datang ke bank maupun ATM untuk melakukan transaksi, pengguna bisa bertransaksi dimanapun.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk bertransaksi secara *Online* diantaranya yaitu faktor kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan.

Kepercayaan merupakan variabel kunci untuk memelihara hubungan jangka panjang sebuah merek. Kepercayaan sangat berpengaruh terhadap atau memiliki pengaruh positif terhadap keinginan atau minat nasabah untuk bertransaksi secara Online dan mau memberikan informasi data diri yang bersifat rahasia.

Kualitas produk merupakan kemampuan atau suatu ciri khas yang dimiliki oleh sebuah produk sehingga memiliki daya tarik tersendiri kepada konsumen untuk memberikan kepuasan pada kebutuhan. Suatu produk

dikatakan berkualitas apabila Fitur (*features*), Kinerja (*Performance*), Daya Tahan (*Durability*), Keandalan (*reliability*), desain (*Design*) dan konsistensi (*consistency*) selalu berjalan dengan baik dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah.

Kualitas layanan merupakan ukuran untuk menentukan kemampuan dari perusahaan dalam memberi pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi nasabah. Kualitas layanan yang baik akan menarik minat nasabah untuk menggunakan produk perbankan.

Penelitian ini diperkuat dengan penelitian terdahulu dari Achmad Fandi⁷⁸, Marthauli, R. Elly Mirati, dan Rahmanita Vidyasari (2021)⁷⁹, dan Brian Dwi Saputro (2013)⁸⁰.

Berdasarkan pemhasan semua hasil pengujian hipotesis di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi secara Online di bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung. Pada penelitian yang telah dilakukan ini dijelaskan bahwa kepercayaan, kualitas produk dan kualitas layanan *Mobile Banking* dapat meningkatkan minat nasabah untuk bertransaksi secara *Online*, ketiga variabel yang telah diuji peneliti dapat meningkatkan tujuan dari Bank BRI Syariah.

⁷⁸ Achmad Fandi, "Pengaruh Kualitas Layanan..", hlm 115.

⁷⁹ Marthauli, R. Elly Mirati dan Rahmanita Vidyasari, *Pengaruh Ketersediaan Fitur Pelayanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan BCA Mobile di Wilayah Jabodetabek*, Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan, Vol. 8, No. 1, tahun 2021, hlm 1463

⁸⁰ Brian Dwi Saputro, *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*, Jurnal Nominal Vol 2 No 1 Tahun 2013