

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, teknologi masih erat kaitannya dengan internet.<sup>1</sup> Perkembangan teknologi memicu perkembangan internet dari tahun ke tahun, salah satunya di Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia berkembang pesat setiap tahunnya.<sup>2</sup> Hal ini karena kemudahan Internet, yang dapat digunakan di mana saja dan oleh siapa saja. Bahkan, hampir semua lapisan masyarakat bisa menikmati teknologi ini sepenuhnya. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, perbankan perlu meningkatkan layanannya dengan mengadopsi layanan perbankan digital.<sup>3</sup>

Perkembangan internet pada perbankan juga memberikan dampak pada inovasi teknologi yang terus meningkatkan dan memberikan kenyamanan hidup sehari-hari semakin meluas pengaruhnya terhadap sektor keuangan. Salah satu area yang mengalami perubahan signifikan ke dalam era industri 4.0 adalah sektor perbankan.<sup>4</sup> Dunia internet yang digunakan pada dunia perbankan di seluruh dunia terutama dalam layanan kepada nasabah. Terdapat berbagai kemudahan pemberian layanan perbankan kepada setiap nasabah dengan harapan terciptanya kepuasan nasabah.<sup>5</sup> Teknologi berbasis data seperti aplikasi

---

<sup>1</sup> Sudarsri Lestari, *Peran Teknologi Dalam Pendidikan Di Era Globalisasi 2018*, hal 3

<sup>2</sup> Yoannisa Fitriani Suhayati, Azri Nur Maulina, Widwi Handari Adji "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah" Politeknik Piksi Ganesha Bandung 2022, hal 1682

<sup>3</sup> *Ibid*, Hal 1628

<sup>4</sup> Cipek & Ljutić, I. *The influence of digitalization on tax audit. Oditor*, 2021. 7(1), 37–69

<sup>5</sup> Dayyan, M., Nurjanah, & Bestari, U. D. A. *Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Langsa*. J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam), 7(April) 2022. 191–206. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v7i1.4058>

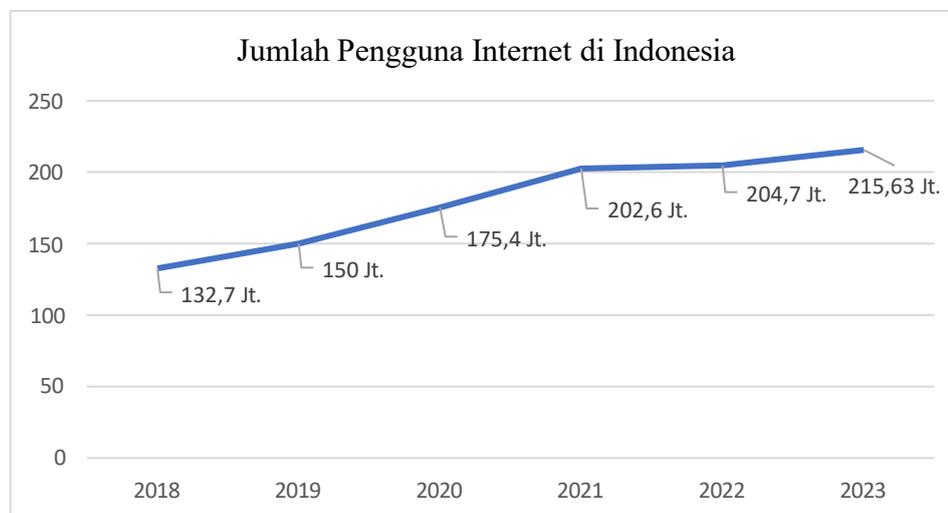
perbankan pada smartphone, internet banking, short message service banking, dan anjungan tunai mandiri (ATM) merupakan beberapa dari layanan yang ditawarkan oleh bank. Penggunaan teknologi perbankan di seperti halnya mobile banking menjadi salah satu layanan dengan menggunakan teknologi dengan bertujuan untuk memberikan kepuasan pada nasabah.

Layanan perbankan digital memfasilitasi akses ke internet kapan saja dan dari lokasi mana pun, sehingga mengurangi kebutuhan untuk interaksi langsung dengan pihak perbankan. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi fungsi operasional, serta kualitas layanan pelanggan secara keseluruhan. Sejalan dengan tujuan ini, lembaga keuangan harus menumbuhkan prospek pengembangan strategi bisnis melalui layanan digital, memastikan rasa nyaman dan aman dalam kaitannya dengan penyediaan layanan informasi mengenai pendaftaran, inisiasi rekening tabungan, proses transaksi, dan penutupan rekening tabungan. Akibatnya, munculnya perbankan digital secara signifikan dapat mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi dan membuka rekening tabungan secara mandiri.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Perbankan, Ojk 2016, hal 1, di akses 7 Oktober 2024 Perbankan (ojk.go.id)

Grafik 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2023



Sumber: Web Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa perkembangan internet di Indonesia sangatlah cepat dan selalu mengalami perkembangan dalam berbagai aspek kehidupan, internet seperti menjadi pintu gerbang pencarian berbagai layanan penunjang kehidupan, oleh karena itu internet seolah sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat Indonesia. Sebagai contoh bahwa internet sudah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat Indonesia adalah dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia itu sendiri yang dimana hampir 73,7% masyarakat Indonesia menggunakan internet. Hal ini tentunya dampak dari perkembangan teknologi yang sangat pesat pada saat ini.<sup>7</sup>

Salah satu teknologi internet yang digunakan adalah layanan multimedia atau lebih dikenal dengan sebutan website yang merupakan layanan terpenting dari internet. Semua lembaga keuangan khususnya perbankan syariah pada masa

<sup>7</sup> Muhammad, "Manajemen Bank Syariah, Sekolah Tinggi, and Ilmu Manajemen, (Yogyakarta Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN)", (2011): 15.

sekarang sudah memiliki layanan website yang terus meningkatkan kualitas penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi online dengan nasabahnya. Sehingga teknologi informasi mampu mengakomodasi semua kebutuhan nasabah agar terjalin hubungan yang erat bahkan bersifat pribadi antara pihak bank dan nasabah.<sup>8</sup>

PT Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu industri perbankan syariah. Setelah dilakukannya penggabungan antara tiga bank yaitu BRI syariah, BNI syariah dan Mandiri syariah yang menjadi satu yaitu Bank Syariah Indonesia yang menghadirkan layanan lebih lengkap serta jangkauan lebih luas.<sup>9</sup> Sudah sejak 2021 Bank Syariah Indonesia menyediakan webform sebagai fasilitas untuk para nasabahnya. Setelah di marger BSI memperlihatkan peningkatan digital pada operasional sistem, diantaranya memutuskan kebijakan untuk para nasabahnya yaitu jika ingin melakukan transaksi offline diupayakan mendaftarkan jenis transaksinya menggunakan webform BSI. Sehingga ketika datang, tinggal ambil nomor antriannya.

Sisi lain dari adanya layanan webform ini juga memunculkan keresahan nasabah yang berkaitan dengan faktor kepuasan nasabah, diantaranya terdapat sinyal jaringan yang kurang stabil sehingga saat pengisian terputus ditengah jalan, dan menyebabkan pengisian ulang dari awal, link webform yang diberikan tidak tepat dan akurat sehingga membingungkan nasabah (jika pengisian

---

<sup>8</sup> Yunita, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan Website Bank Syariah terhadap Perolehan Informasi Nasabah (Studi BNI Syariah Kota Bogor)." Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah 6, No. 1 (2020): 30."

<sup>9</sup> *Penggabungan Tiga Bank Syariah Himbara Peroleh Izin dari OJK, Persiapan Integrasi Menuju Bank Syariah Indonesia Kian Matang - Berita dan Economic & Market Insight* | Bank Syariah Indonesia (bankbsi.co.id) diakses 7 Oktober 2024 jam 09.00 WIB

webform menggunakan ponsel pribadi), menurut nasabah yang sudah cukup umur layanan webform ini termasuk ribet (tidak praktis) dan susah dalam mengoprasikannya. Dan nasabah yang merasa puas dalam layanan webform dikarenakan merasa terbantu, adanya kemudahan dalam bertransaksi dan terdapat fitur yang mendukung untuk kebutuhan sehari-hari.<sup>10</sup>

Kepuasan pelanggan mencakup antisipasi dan respons emosional yang terkait dengan akuisisi produk atau layanan, menandakan bahwa kinerja yang diantisipasi oleh nasabah akan terpenuhi.<sup>11</sup> Interaksi antara antisipasi ini dan pengalaman aktual menginformasikan tingkat kepuasan pelanggan yang disediakan lembaga perbankan, yang secara signifikan mempengaruhi ekspansi pendapatan bank dan loyalitas pelanggan.<sup>12</sup> Kepuasan juga dapat dinilai dengan menyangdingkan harapan pelanggan dengan hasil aktual yang mereka terima. Jika pengalaman yang dihasilkan melebihi harapan mereka, konsumen dianggap puas. Sebaliknya, jika pengalaman kurang dari antisipasi mereka, pelanggan kemungkinan akan mengalami ketidakpuasan. Konsep kepuasan pelanggan dipahami sebagai kombinasi sikap senang pelanggan dan perilaku pembelian ulang. Berbicara tentang loyalitas nasabah bank syariah tentunya tidak terlepas dari tingkat kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah kepada para nasabahnya. Nasabah yang merasa puas terhadap

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan nasabah pengguna webform Bank Syariah Indonesia pada tanggal 5 Oktober 2024 pukul 13.45

<sup>11</sup> Deny Yudiantoro dan Didik Setiawan, "Pengaruh *Shariah Relationship Marketing* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap *Word Of Mouth* Nasabah Bank Jatim Syari'ah Kediri". (Jurnal Ekonomi Syariah: An- Nisbah: 2020) Vol. 7 No. 1

<sup>12</sup> Yoannisa Fitriani Suhayati, Azri Nur Maulina, Widwi Handari Adji "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI Dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah" Politeknik Piksi Ganesha Bandung 2022

produk dan pelayanan yang diberikan bank syariah, tentunya akan membeli ulang produk.<sup>13</sup>

Persepsi kegunaan mengacu pada keyakinan pengguna bahwa menggunakan sistem seperti itu akan meningkatkan efisiensi operasionalnya. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi memiliki kegunaan untuk mereka, mereka cenderung tidak menggunakan sistem itu. Sebaliknya, jika seseorang memiliki keyakinan bahwa sistem informasi tidak memiliki kegunaan atau manfaat yang cukup, mereka tidak mungkin menggunakannya.<sup>14</sup> Kegunaan juga mempengaruhi kepercayaan pengguna dalam menggunakan sistem, sehingga memfasilitasi peningkatan kinerja. Kesederhanaan penggunaan dapat menunjukkan kepada pengguna bahwa terlibat dengan teknologi informasi itu mudah dan bukan halangan bagi mereka yang mencarinya.<sup>15</sup>

Konsep kemudahan dijelaskan lebih lanjut sebagai persepsi individu bahwa keterlibatan dengan teknologi memerlukan usaha minimal.<sup>16</sup> Kemudahan yang terkait dengan penggunaan formulir web termasuk fasilitasi tugas, peningkatan pengetahuan individu, percepatan waktu pemrosesan transaksi, dan potensi untuk mempengaruhi metrik kinerja seseorang. Namun, terlepas dari segudang keuntungan dari formulir web, sangat penting untuk mengakui bahwa webform juga mencakup aspek-aspek merugikan tertentu yang harus tetap waspada

---

<sup>13</sup> Binti Nur Asiyah dan Yeni Yulia, Kepuasan Nasabah: *Tinjauan dari Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam*, Journal Of Indtitution and Sharia Finance (FEBI: IAIN Palopo, 2022)

<sup>14</sup> Meilana Widyarningsih, Fadila Rameyza Z S, Arisa Dwi, *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo)* 2022, hal 5

<sup>15</sup> *Ibid*

<sup>16</sup> Charles Makanyeza, "Determinants of consumers intention to adopt Mobile Banking service in zimbabwe", International Jurnal of Banking Marketing (Emerald Insight, 2017).

pengguna, seperti akses tidak sah ke layanan online dan kegiatan ilegal yang dilakukan oleh individu yang tidak bermoral.

Kepercayaan menjadi lebih penting dalam webform yang mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan sangat mengkhawatirkan akses terhadap file-file penting dan informasi penting yang dikirim melalui internet. Membangun kepercayaan yang tinggi terhadap nasabah adalah suatu hal yang sangat diutamakan bagi terciptanya rasa kepercayaan nasabah terhadap suatu bank yang bersangkutan dengan layanan webformnya.<sup>17</sup>

Observasi awal yang dilakukan pada beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Kediri, terdapat nasabah yang jarang menggunakan layanan dari teller, sehingga saat membutuhkan layanan dari teller harus terlebih dahulu harus mengisi webform yang sudah disediakan di meja form. Pengisian formulir tersebut lebih baik diisi saat akan mengunjungi Bank. Kemudian terdapat nasabah yang sudah mengetahui untuk mendapatkan layanan dari teller, sudah mengisi terlebih dahulu di rumah, akan tetapi sampai di bank nasabah harus tetap antri untuk layanan. Sementara nasabah mengharapkan setelah mengisi webform tersebut tidak perlu antri lagi. Selain itu nasabah juga menyatakan bahwa dengan adanya webform juga terdapat kendala seperti tidak dapat dibuka karena signal internet kurang baik ataupun kendala perbaikan aplikasi.<sup>18</sup> Hal ini ada kesesuaian dengan hasil penelitian terdahulu dimana

---

<sup>17</sup> *Ibid*

<sup>18</sup> Wawancara dengan salah satu nasabah Bank Suariah Indonesia di Kabupaten Kediri pada tanggal 5 Oktober 2024 pukul 10.30.

hasilnya terdapat kendala webform tidak dapat dibuka karena adanya gangguan jaringan internet.<sup>19</sup>

Penelitian terdahulu memberikan bukti terkait faktor persepsi kegunaan, kemudahan dan pengetahuan informasi terhadap kepuasan. Seperti halnya penelitian Nanda Dian Rahmadani dengan judul Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi di Masa pandemi Covid-19.<sup>20</sup> Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan layanan digital terhadap kepuasan nasabah ada Bank Syariah Indonesia Kota Malang. Hasil dari penelitian ini adalah variabel kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kemudahan layanan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel kepercayaan nasabah dan kemudahan layanan digital secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>21</sup>

Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Karina Widianingrum dengan judul Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah.<sup>22</sup> Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara variabel manfaat, kemudahan dan fitur layanan

---

<sup>19</sup> Nasution, R. P., Dalimunthe, A. A., Irham, M., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). BanKu: Jurnal Perbankan dan Keuangan Layanan Digital Pada Bank Syariah Indonesia. 4(Februari), 28–37.

<sup>20</sup> Nanda Dian Rahmadani, “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi di Masa Pandemi Covid-19”,

<sup>21</sup> *Ibid*

<sup>22</sup> Karina Widianingrum, “pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Fitur layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah dan Dampaknya Terhadap Kepuasan”, (2021)

terhadap minat nasabah dan dampaknya pada kepuasan nasabah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Manfaat dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat sedangkan kemudahan tidak berpengaruh. Manfaat dan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan sedangkan kemudahan berpengaruh. Sedangkan Variabel Minat Yang Menjadi Intervening Berpengaruh Terhadap Kepuasan.<sup>23</sup>

Berdasarkan latar belakang dan *resech gap* diatas bahwa penelitian ini berfokus pada kepuasan nasabah bank syariah indonesia di kabupaten kediri saat melakukan transaksi, karena saat ini transaksi menggunakan webform bsi setelah adanya pengalihan dari slip transaksi. sehingga peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, Tingkat Kepercayaan dan Manfaat Penggunaan Layanan Webform Bank Syariah Indonesia Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Kediri”**.

## **B. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup**

Berikut merupakan pemaparan mengenai ruang lingkup penelitian:

- a. Penelitian mengambil objek layanan webform Bank Syariah di Kediri. Sampel dari penelitian ini diambil dari nasabah di Kabupaten Kediri.
- b. Kajian dari penelitian ini adalah Kepuasan Penggunaan Layanan Webform Bank Syariah di Kabupaten Kediri.

---

<sup>23</sup> *Ibid*

## **2. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini mengkaji pengaruh kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan dan manfaat menggunakan layanan webform Bank Syariah Indonesia terhadap Kepuasan Nasabah Kabupaten Kediri. Peneliti akan memberikan gambaran mengenai informasi yang peneliti dapatkan nantinya diharapkan dapat dijadikan pandangan dalam pertimbangan masyarakat dalam menggunakan jasa layanan di Bank Syariah. Selain itu peneliti juga berharap dapat memberikan sumbangsih pengetahuan dan pengembangan perguruan tinggi.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kemudahan penggunaan layanan webform Bank Syariah Indonesia berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Kediri?
2. Apakah tingkat kepercayaan penggunaan layanan webform Bank Syariah Indonesia berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Kediri?
3. Apakah manfaat penggunaan layanan webform Bank Syariah Indonesia berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Kediri?
4. Apakah kemudahan, tingkat kepercayaan dan manfaat penggunaan layanan webform Bank Syariah Indonesia berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Kediri?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk meneliti pengaruh kemudahan penggunaan layanan webform Bank Syariah Indonesia terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Kediri
2. Untuk meneliti pengaruh tingkat kepercayaan penggunaan layanan webform Bank Syariah Indonesia terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Kediri
3. Untuk meneliti pengaruh manfaat penggunaan layanan webform Bank Syariah Indonesia terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Kediri
4. Untuk meneliti pengaruh kemudahan, tingkat kepercayaan dan manfaat penggunaan layanan webform Bank Syariah Indonesia terhadap kepuasan nasabah di Kabupaten Kediri

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dari segi teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta wawasan pengetahuan bagi para pembaca mengenai pengaruh kemudahan, tingkat kepercayaan dan manfaat penggunaan layanan webform bank syariah indonesia terhadap kepuasan nasabah.

2. Secara Praktis

- a. Manfaat bagi Bank Syariah yaitu dapat dijadikan koreksi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan webform, sekaligus memperbaiki apabila ada kekurangan dan kelemahannya untuk memperoleh tingkat kepuasan yg baik bagi nasabah.

- b. Manfaat bagi mahasiswa penelitian ini dapat membantu mahasiswa dalam memperoleh informasi mengenai layanan webform. Dari penelitian ini mahasiswa juga dapat mempertimbangkan layanan webform apa yang akan digunakan untuk memudahkan dalam bertransaksi di bank tersebut sesuai dengan keinginan dan kegunaannya.
- c. Manfaat bagi peneliti selanjutnya yaitu penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan atau acuan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan layanan webform.

## **F. Penegasan Istilah**

### **1. Secara Konseptual**

#### **a. Kepuasan Nasabah**

Kepuasan, menurut Brown, adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari suatu produk atau jasa konsisten dengan, atau dipenuhi oleh, penampilan produk atau jasa tersebut. Konsumen yang puas dengan apa yang mereka terima mendorong loyalitas terhadap produk atau jasa dan suka mempromosikan produk atau jasa dari mulut ke mulut.<sup>24</sup>

#### **b. Kemudahan Penggunaan**

Menurut Jogiyanto kemudahan Penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan Penggunaan merupakan

---

<sup>24</sup> Saputra, S., & Sudarsa, R. Y, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Grand Setiabudi Hotel& Apartment*. Jurnal Bisnis Dan Pemasaran, 2006

suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang yakin sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.<sup>25</sup>

c. Tingkat Kepercayaan

Menurut Mowen dan Minor kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.<sup>26</sup> Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu di mana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap.

d. Manfaat Layanan Webform

Menurut Jogiyanto mengatakan bahwa kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang mempercayai bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya.<sup>27</sup> Adapun Manfaat Webform BSI yaitu memeriksa sendiri kelengkapannya Formulir web atau digital dapat memeriksa sendiri untuk memastikan tidak ada data yang kosong, dan jenis informasi yang dimasukkan sudah benar dan teliti.

---

<sup>25</sup> Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.

<sup>26</sup> Mowen, John C dan Michael Minor; *Perilaku Konsumen Jilid 1 Terjemahan: Lina Salim*. Jakarta: Erlangga (2002)

<sup>27</sup> Jogiyanto HM, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2007)

## 2. Secara Operasional

Kepuasan nasabah merupakan ukuran penting bagi perusahaan untuk memahami sejauh mana produk, layanan, dan pengalaman yang diberikan telah memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Tingkat kepuasan ini biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, responsivitas layanan, kemudahan akses, kecepatan penanganan masalah, dan sikap staf dalam melayani. Kepuasan nasabah tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan, tetapi juga berdampak pada loyalitas dan rekomendasi dari nasabah itu sendiri. Nasabah yang merasa puas lebih cenderung untuk tetap menggunakan produk atau layanan perusahaan dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat meningkatkan citra dan pertumbuhan perusahaan.

Kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam desain produk atau layanan yang memungkinkan pengguna untuk dengan cepat memahami, mengoperasikan, dan merasakan manfaat tanpa hambatan berarti. Produk yang mudah digunakan biasanya memiliki antarmuka yang intuitif, petunjuk yang jelas, dan fungsi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga dapat mengurangi waktu serta meningkatkan kenyamanan. Kemudahan penggunaan juga berdampak pada tingkat kepuasan pengguna, karena semakin mudah suatu produk atau layanan diakses dan dipahami, semakin besar kemungkinan pengguna merasa puas dan kembali menggunakannya.

Tingkat kepercayaan merupakan ukuran penting dalam hubungan antara pelanggan dan perusahaan, yang mencerminkan sejauh mana pelanggan merasa yakin terhadap integritas, kualitas, dan konsistensi layanan atau produk yang diberikan. Kepercayaan ini dibangun melalui pengalaman positif, transparansi informasi, dan komitmen perusahaan dalam memenuhi janji yang dibuat. Ketika tingkat kepercayaan tinggi, pelanggan lebih cenderung untuk bersikap loyal, melakukan pembelian berulang, dan bahkan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Sebaliknya, jika kepercayaan terganggu oleh misalnya pengalaman negatif atau informasi yang tidak konsisten, hal ini dapat mengurangi loyalitas dan berpotensi menyebabkan hilangnya pelanggan.

Manfaat merupakan nilai tambah atau keuntungan yang diperoleh seseorang atau kelompok dari suatu produk, layanan, program, atau kegiatan tertentu. Manfaat ini dapat berbentuk fisik, seperti kemudahan dalam melakukan aktivitas, atau non-fisik, seperti kenyamanan, keamanan, dan kepuasan emosional. Dalam konteks bisnis, manfaat menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen, karena mereka akan memilih produk atau layanan yang memberikan keuntungan terbesar atau memenuhi kebutuhan mereka dengan baik. Selain itu, pemahaman yang jelas mengenai manfaat dari suatu penawaran memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan daya tarik produk atau layanan tersebut, sehingga lebih kompetitif di pasar.

## **G. Sistematika Penulisan**

Perumusan sistematika pembahasan skripsi digunakan untuk memberikan gambaran mengenai materi pembahasan dalam penelitian, sehingga diharapkan dapat mempermudah pembaca untuk mengetahui maksud penelitian skripsi. Sistematika pembahasan skripsi diantaranya sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan, berfungsi untuk memberikan gambaran singkat mengenai apa saja yang akan dibahas dalam penelitian ini, beberapa unsur dalam pendahuluan diantaranya yaitu: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

BAB II Landasan Teori, dalam landasan teori ini berfungsi untuk menguraikan berbagai teori, konsep dan tanggapan dasar tentang teori dan variabel penelitian. Teori dalam bab ini memuat teori TAM, kepuasan nasabah, kemudahan, tingkat kepercayaan, manfaat dan webform Bank Syariah Indonesia. Selain itu dalam bab ini memuat penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian, berisi metode yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya yaitu: jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian, dalam bab ini memuat mengenai deskripsi hasil dari penelitian yang terdiri dari: hasil penelitian dan temuan penelitian.

BAB V Pembahasan, dalam bab ini berisi mengenai jawaban masalah

penelitian, menafsirkan dan mengintegrasikan temuan-temuan penelitian, serta memodifikasi teori yang telah ada

BAB VI Penutup, dalam bab ini memuat mengenai kesimpulan dan saran. Dengan bagian akhir skripsi yang terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian sekripsi, dan daftar riwayat hidup.