

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Kehadiran BSM sejak awal tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakto (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri

(Persero) Tbk pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris Supto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No.1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KEP.DGS/1999, BI

menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. Visi

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah pada segmen *consumer, micro, SME, commercial, dan corporate*.

Bank Syariah Modern: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

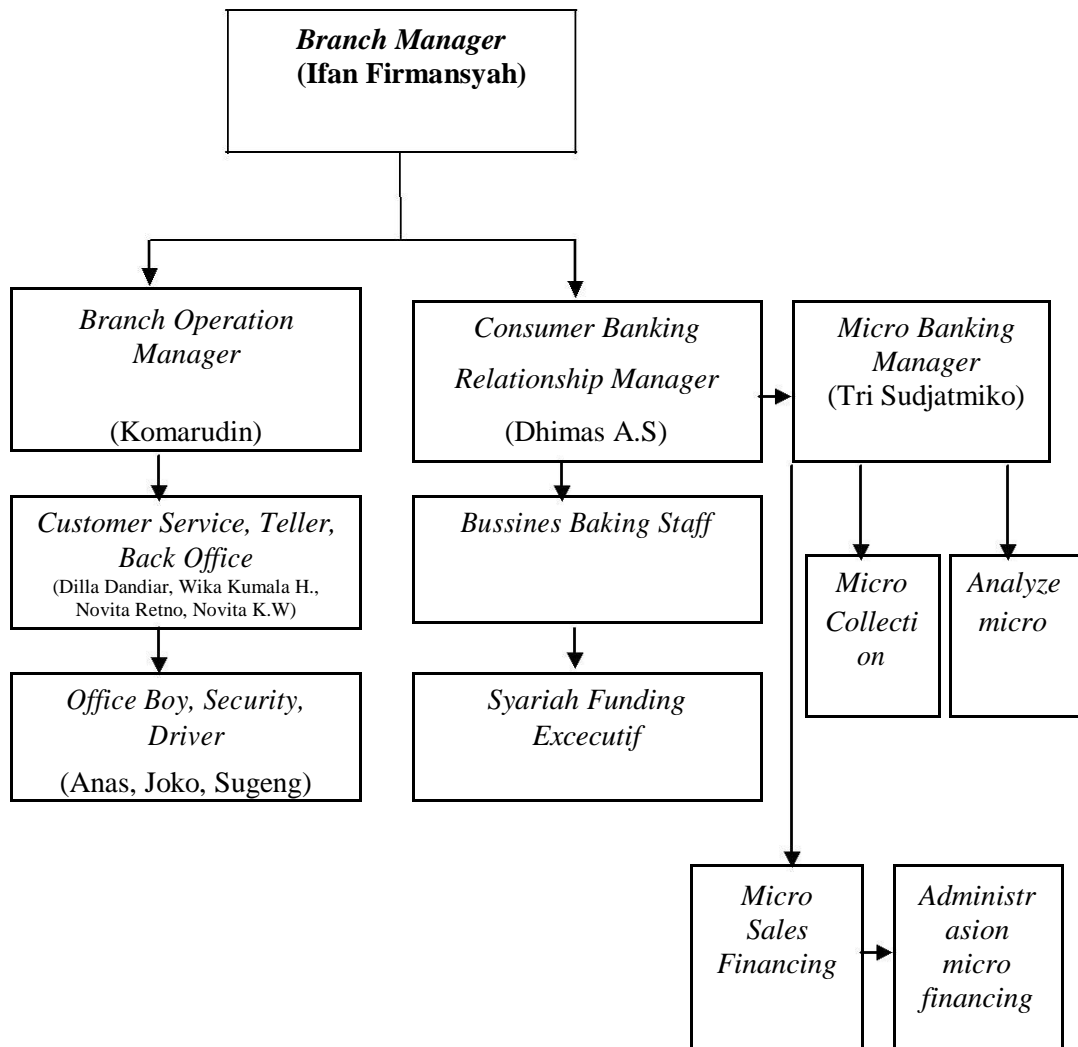
- 1) Memajukan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.⁷⁰

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung

Struktur organisasi merupakan suatu hubungan fungsional yang mengatur tanggung jawab dan kewenangan setiap personil di dalam

melakukan tugas dan / atau pekerjaan yang akan di kerjakan sekaligus menunjukkan ketegasan dan batas tanggung jawab masing-masing personil. Dengan demikian setiap personil mempunyai tanggung jawab yang berbeda. Berdasarkan fungsi tersebut, suatu organisasi akan berjalan dengan struktur organisasi yang telah ada, sedangkan baik buruknya tata laksana operasional bank tergantung pada struktur organisasi.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung



Sumber: Dokumentasi pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung.

4. Produk Produk di Bank Syariah Mandiri

Dalam menawarkan dan memasarkan produk ke masyarakat, Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung menggunakan prinsip-prinsip syari'ah. Prinsip utamabank Bank syari'ah adalah pada tata cara/ ket dilakukan dengan sistem bagi hasil. Dengan demikian, realisasi imbalanyang diterima nasabah akan berbeda setiap bulannya tergantung pendapatan hasil investasi yang dilakukan bank pada bulan tersebut.

Macam-macam produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung:

- a. Produk penghimpunan dana, antara lain: (1) Giro BSM; (2) Tabungan BSM; (3) Tabungan Simpatik; (4) Tabungan Berencana; (5) Tabungan Investa Cendekia; (6) Tabungan Maburr; (7) Tabungan Pensiun; (8) Tabungan Dollar; (9) TabunganKu; (10) Deposito BSM.
- b. Produk Pembiayaan, antara lain: (1) Modal Kerja; (3) Investasi; (4) Konsumer.
- c. Produk Jasa, antara lain: (1) BSM Card; (2) BSM Sentra Bayar BSM *Mobile Banking*; (3) BSM *Electronic Payroll*; (4) BSM L/C; (5) Jual Beli Valuta Asing; (6) Bank Garansi; (7) *Western Union*.
- d. Produk Jasa Operasional, antara lain: (1) Transfer; (2) *Intercity Clearing*; (3) Inkaso; (4) Ekspor; (5) Impor; (6) BSM RTGS (*Real Time Gross Settlement*).

B. Gambaran Umum Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai gambaran umum responden yang menggambarkan tentang karakteristik responden yang merupakan sifat atau cirri-ciri khusus yang dapat memberikan gambaran tentang keadaan responden tersebut. Adapun karakteristik responden yang diteliti meliputi:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah pada BSM KCP Tulungagung yang dijadikan sebagai responden tentang minat nasabah yang menggunakan *internet banking* adalah sebagai berikut:

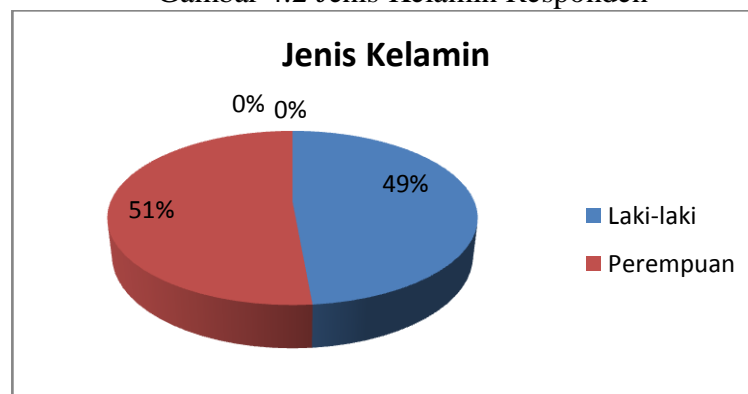
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	34	48,6%
2	Perempuan	36	51,4%
Total		70	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018.

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 70 responden, jmlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 34 orang atau 48,6%, sedangkan yang berjenis perempuan sebanyak 36 orang atau 51,4%. Dari data tersebut menunjukkan jumlah pengguna *internet banking* lebih banyak responden perempuan dibanding dengan responden laki-laki.

Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden



Sumber: data primer yang diolah, 2018

2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden nasabah pemakai *internet banking* BSM KCP Tulungagung adalah sebagai berikut:

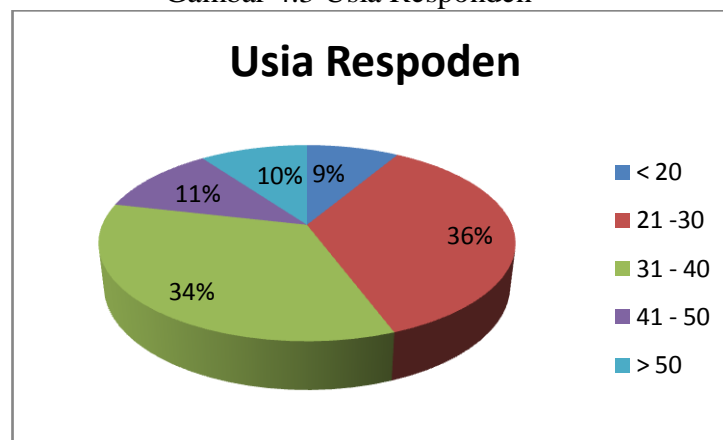
Tabel 4.2 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	6	8,6%
2	21 –30 Tahun	25	35,8%
3	31 –40 Tahun	24	34,2%
4	41 –50 Tahun	8	11,4%
5	> 50 Tahun	7	10%
Total		70	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018.

Adapun data yang disajikan pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dari 70 responden, jumlah responden yang berusia < 20 tahun sebanyak 6 orang atau 8,6%, usia 21-30 tahun sebanyak 25 orang atau 35,8%, usia 31-40 tahun sebanyak 24 orang atau 34,2 %, usia 41-50 sebanyak 8 orang atau 11,4%, dan usia > 50 sebanyak 7 orang atau 10%. Dari data yang disajikan diatas dapat dilihat 5 jenis pilihan usia responden, sebagian besar umur responden pengguna *internet banking* adalah usia 21-30 tahun karena pada usia ini merupakan usia produktif.

Gambar 4.3 Usia Responden



Sumber: data primer yang diolah, 2018

3. Tingkat Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan nasabah pemakai fasilitas *internet banking* BSM KCP Ngunut Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Pendidikan Responden

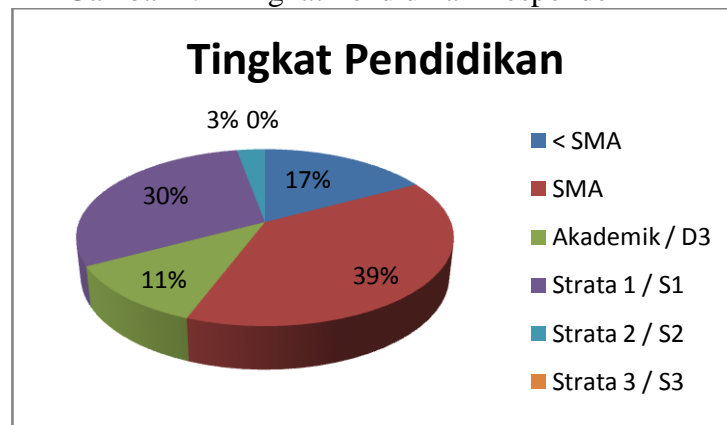
No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	< SMA	12	17,1%
2	SMA	27	38,6%
3	Akademik / D3	8	11,4%
4	Strata 1 / S1	21	30%
5	Strata 2 / S2	2	2,9%
6	Strata 3 / S3	0	0%
Total		70	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 70 responden, jumlah responden yang berpendidikan < SMA sebanyak 12 orang atau 17,1%, tingkat pendidikan SMA sebanyak 27 orang atau 38,6%, tingkat Akademik / D3 sebanyak 8 orang atau 11,4%, tingkat Strata 1 / S1 sebanyak 21 orang atau 30%, tingkat Strata 2 / S2 sebanyak 2 orang atau 2,9% dan tingkat Strata 3 / S3 sebanyak 0 orang atau 0% . Dengan demikian dapat dilihat bahwa responden dengan tingkat

pendidikan SMA adalah paling banyak menggunakan *internet banking* sebagai pilihan dalam menggunakan fasilitas perbankan sebanyak 27 orang atau 38,6%.

Gambar 4.4 Tingkat Pendidikan Responden



Sumber: data primer yang diolah, 2018

4. Jenis-jenis Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah pemakai fasilitas *internet banking* BSM KCP Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden

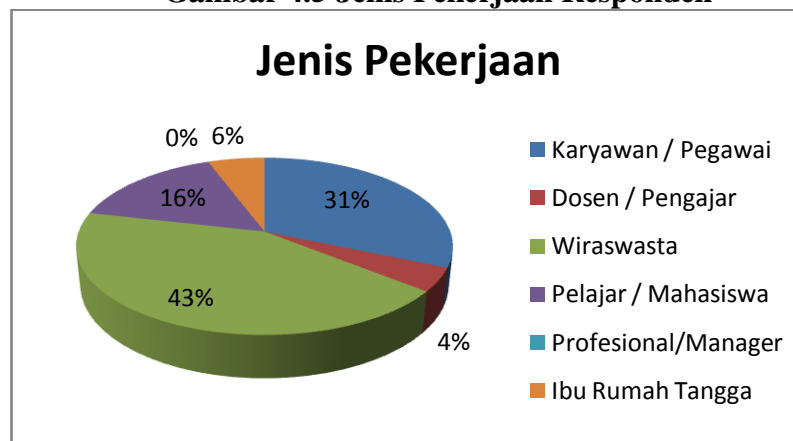
No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Karyawan / Pegawai	22	31,4%
2	Dosen / Pengajar	3	4,2%
3	Wiraswasta	30	42,9%
4	Pelajar/Mahasiswa	11	15,8%
5	Profesional / Manager	0	0%
6	Ibu Rumah Tangga	4	5,7%
Total		70	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan keterangan tabel 4.4 di atas, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari pekerjaan responden nasabah pemakai *internet banking* BSM KCP Ngunut Tulungagung yang diambil sebagian responden terbanyak adalah wiraswasta 30 orang atau 42,9%, sedangkan

karyawan/ pegawai sebanyak 22 orang atau 31,4%, pelajar/ mahasiswa sebanyak 11 orang atau 15,8%, ibu rumah tangga sebanyak 4 orang atau 5,7%, dosen/ pengajar sebanyak 3 orang atau 4,2% dan profesional/ manager sebanyak 0 orang atau 0%. Hal ini berarti pengguna fasilitas *internet banking* lebih banyak digunakan oleh wiraswasta sebagai pendukung dalam pekerjaannya.

Gambar 4.5 Jenis Pekerjaan Responden



Sumber: data primer yang diolah, 2018

5. Penghasilan Responden

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

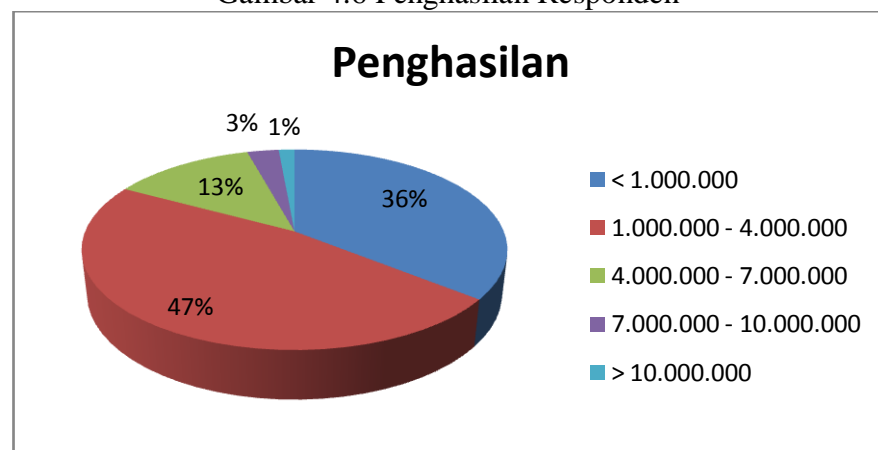
Penghasilan (Rp)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
< 1.000.000	25	35,7%
1.000.000 – 4.000.000	33	47,1%
4.000.000 – 7.000.000	9	12,9%
7.000.000 – 10.000.000	2	2,9%
> 10.000.000	1	1,4%
Total	70	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden terbesar dalam penelitian ini yaitu responden dengan tingkat penghasilan 1.000.000 – 4.000.000 sebanyak 33 responden dengan persentase 47,1%.

Kemudian diikuti oleh responden dengan tingkat penghasilan < 1.000.000 sebanyak 25 responden dengan persentase 35,7%. Selanjutnya diikuti oleh responden dengan penghasilan 4.000.000 - 7.000.000 sebanyak 9 responden dengan persentase 12,9%. Kemudian diikuti dengan responden dengan tingkat penghasilan 7.000.000 - 10.000.000 sebanyak 2 responden dengan persentase 2,9%. Selanjutnya diikuti oleh responden dengan tingkat penghasilan >10.000.000 sebanyak 1 responden dengan persentase 1,4%. Hal ini menunjukkan sebagian besar nasabah menggunakan *internet banking* BSM KCP Tulungagung yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah dengan tingkat penghasilan 1.000.000 – 4.000.000.

Gambar 4.6 Penghasilan Responden



Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

6. Riwayat Nasabah BSM KCP Tulungagung

Tabel 4.6 Riwayat Responden

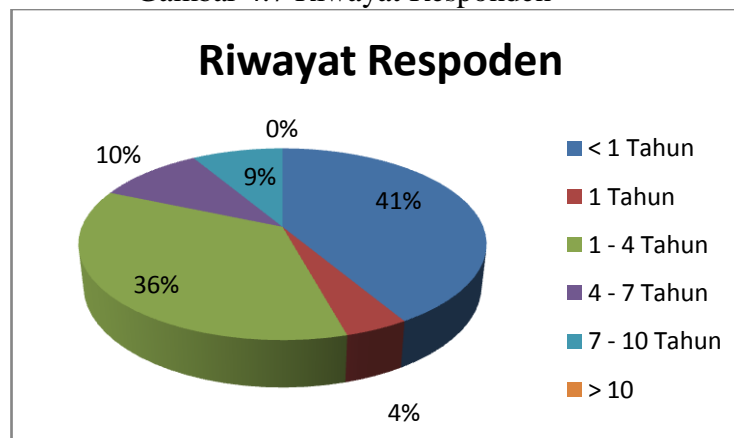
No	Riwayat Nasabah	Jumlah	Persentase
1	< 1 Tahun	29	41,4%
2	1 Tahun	3	4,2%
3	1 – 4 Tahun	25	35,8%
4	4 – 7 Tahun	7	10%

5	7 – 10 Tahun	6	8,6%
6	>10 Tahun	0	0%
Total		70	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan keterangan tabel 4.6 di atas, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari riwayat responden nasabah pemakai *internet banking* BSM KCP Tulungagung yang diambil sebagian responden terbanyak adalah riwayat nasabah < 1 tahun sebanyak 29 orang atau 41,4%, sedangkan riwayat nasabah 1-4 tahun sebanyak 25 orang atau 35,8%, riwayat nasabah 5-7 tahun sebanyak 7 orang atau 10%, riwayat nasabah 8-10 tahun sebanyak 6 orang atau 8,6%, riwayat nasabah 1 tahun sebanyak 3 orang atau 4,2% dan riwayat nasabah > 10 tahun sebanyak 0 orang atau 0%. Hal ini berarti pengguna fasilitas *internet banking* lebih banyak digunakan oleh riwayat nasabah 1-4 tahun.

Gambar 4.7 Riwayat Responden



Sumber: data primer yang diolah, 2018

C. Deskripsi Variabel

Dari angket yang peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 24 item pernyataan dan terbagi dalam 4 kategori yaitu:

1. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh fitur layanan (X1).
2. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh penghargaan (X2).
3. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh mitra kerja (X3).
4. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y)

Untuk menggambarkan tanggapan responden dan menguraikan secara rinci jawaban dari setiap responden maka data dikelompokkan dalam satu kategori skor dengan menggunakan rentang skala perhitungan skor tiap item pertanyaan sebagai berikut:¹⁰⁶

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

RS= Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah jawaban tiap item

$$\text{Sehingga: } RS = \frac{70(5-1)}{5} = 56$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 70 = 70$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 70 = 350$$

Untuk membuat rentang skalanya karena 70 merupakan nilai terendah maka 70 ditambah RS sampai dengan hasil tertinggi maka hasilnya:

1. 70 – 126 = sangat tidak baik
2. 126 – 182 = Tidak baik
3. 182 – 238 = Cukup

¹⁰⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis....*, hal. 89

4. 238 – 294 = Baik
5. 294 – 350 = Sangat Baik

Sedangkan hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

Pernyataan No 1: Kelengkapan fasilitas transaksi dalam menggunakan

internet banking sangat cocok (X1.1.1)

Tabel 4.7 Variabel Fitur Layanan (X1)
Pernyataan X1.1.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	8	11,4%	40
2	Setuju	4	50	71,5%	200
3	Netral	3	12	17,1%	36
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	276
Rata-Rata Score					4,0

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 50 atau 71,5%, sedangkan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 8 atau 11,4%. Artinya responden cenderung setuju jika kelengkapan fasilitas transaksi dalam menggunakan *internet banking* sangat cocok.

Pernyataan No 2: Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan nasabah (X1.2.1)

Tabel 4.8 Variabel Fitur Layanan (X1)
Pernyataan X1.2.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	4	5,7%	20
2	Setuju	4	38	54,3%	152
3	Ragu-ragu	3	28	40%	84
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	256
Rata-Rata Skor					3,7

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 54,3%, sedangkan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 4 atau 5,7%. Artinya responden cenderung setuju jika fasilitas *internet banking* sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Pernyataan No 3: Keamanan fasilitas dari virus komputer (X1.3.1)

Tabel 4.9 Variabel Fitur Layanan (X1)
Pernyataan X1.3.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	0	0%	0
2	Setuju	4	35	50%	140
3	Netral	3	35	50%	105
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	245
Rata-Rata Skor					3,5

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa dari 70 responden, setengah dari dari jumlah responden menyatakan setuju dan setengahnya menjawab netral sebanyak 35 setuju dan 35 netral atau 50% - 50%. Artinya responden cenderung setuju dan netral jika fasilitas *internet banking* aman dari virus komputer.

Pernyataan No 4: Biaya penggunaan *internet banking* sangat murah (X1.4.1)

Tabel 4.10 Variabel Fitur Layanan (X1)
Pernyataan X1.4.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	5	7,1%	25
2	Setuju	4	59	84,3%	236
3	Netral	3	6	8,6%	18
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0

Total	70	100%	279
Rata-Rata Skor			4,0

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 59 atau 84,3%, sedangkan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 5 atau 7,1%. Artinya responden cenderung setuju jika biaya penggunaan *internet banking* sangat murah.

Pernyataan No 5: BSM menyediakan fitur layanan dengan inovasi produk yang menarik (X1.5.1).

Tabel 4.11 Variabel Fitur Layanan (X1)
Pernyataan X1.5.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	17	24,3%	85
2	Setuju	4	53	75,7%	212
3	Netral	3	0	0%	0
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	297
Rata-Rata Skor					4,2

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 53 atau 75,7%, sedangkan nilai terendah menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 17 atau 24,3%. Artinya responden cenderung setuju jika BSM menyediakan fitur layanan dengan inovasi produk yang menarik.

Pernyataan No 6: BSM menyediakan kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa (X1.5.2)

Tabel 4.12 Variabel Fitur Layanan (X1)
Pernyataan X1.5.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	15	21,4%	75

2	Setuju	4	53	75,7%	212
3	Netral	3	2	2,9%	6
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	293
Rata-Rata Skor					4,1

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 53 atau 75,7%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 2 atau 2,9%. Artinya responden cenderung setuju jika BSM menyediakan kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel bagi hasil (X1) sebagai berikut:

Tabel 4.13 Rata-rata Pilihan Responden Variabel Fitur Layanan (X1)

Pernyataan	Total Skor	Rata-rata Skor
Kelengkapan fasilitas transaksi dalam menggunakan <i>internet banking</i> sangat cocok (X1.1.1)	276	4,0
Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan nasabah (X1.2.1)	256	3,7
Keamanan fasilitas dari virus komputer (X1.3.1)	245	3,5
Biaya penggunaan <i>internet banking</i> sangat murah (X1.4.1)	279	4,0
BSM menyediakan fitur layanan dengan inovasi produk yang menarik (X1.5.1)	297	4,2
BSM menyediakan kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa (X1.5.2)	293	4,1
Jumlah Nilai Skor	1,646	23,5
Rata-rata Total Skor	274,3	4,0

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 mengenai tanggapan responden tentang fitur layanan BSM KCP Tulungagung diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan BSM menyediakan fitur layanan dengan inovasi produk yang

menarik (X1.5.1) dengan total skor sebanyak 297 atau dengan rata-rata skor 4,2. Sedangkan total terendah adalah pada pernyataan keamanan fasilitas dari virus komputer (X1.3.1) dengan total skor sebanyak 245 atau dengan rata-rata skor 3,5.

Pernyataan No 1: BSM Tulungagung menyediakan penghargaan bagi nasabah yang aktif meningkatkan transaksi. (X2.1.1)

Tabel 4.14 Variabel Penghargaan (X2)
Pernyataan X2.1.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	42	60%	210
2	Setuju	4	25	35,7%	100
3	Netral	3	3	4,2%	9
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	319
Rata-Rata Skor					4,6

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 atau 60%, sedangkan nilai terendah menyatakan netral sebanyak 3 atau 4,2%. Artinya responden cenderung sangat setuju jika BSM Tulungagung menyediakan penghargaan bagi nasabah yang aktif meningkatkan transaksi.

Pernyataan No 2: BSM Tulungagung menyediakan penghargaan bagi nasabah yang aktif dalam mempromosikan *internet banking* kepada keluarga atau orang lain (X2.1.2)

Tabel 4.15 Variabel Penghargaan (X2)
Pernyataan X2.1.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	23	32,9%	115
2	Setuju	4	40	57,1%	160
3	Netral	3	7	10%	21

4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	296
Rata-Rata Skor					4,2

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 40 atau 57,1%, sedangkan nilai terendah menyatakan netral sebanyak 7 atau 10%. Artinya responden cenderung setuju jika BSM Tulungagung menyediakan penghargaan bagi nasabah yang aktif dalam mempromosikan *internet banking* kepada keluarga atau orang lain.

Pernyataan No 3: BSM Tulungagung menyediakan banyak vocher hadiah

yang diberikan kepada nasabah (X2.2.1)

Tabel 4.16 Variabel Penghargaan (X2)

Pernyataan X2.2.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	16	22,9%	80
2	Setuju	4	39	55,7%	156
3	Netral	3	15	21,4%	45
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	264
Rata-Rata Skor					4,0

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 39 atau 55,7%, sedangkan nilai terendah menyatakan netral sebanyak 15 atau 21,4%. Artinya responden cenderung setuju jika BSM Tulungagung menyediakan banyak vocher hadiah yang diberikan kepada nasabah.

Pernyataan No 4: BSM Tulungagung mengadakan program pemberian penghargaan setiap tahunnya (X2.3.1)

Tabel 4.17 Variabel Penghargaan (X2)
Pernyataan X2.3.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	14	20%	70
2	Setuju	4	21	30%	84
3	Netral	3	35	50%	105
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	260
Rata-Rata Skor					3,8

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 35 atau 50%, sedangkan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 14 atau 20%. Artinya responden cenderung netral jika BSM Tulungagung mengadakan program pemberian penghargaan setiap tahunnya.

Pernyataan No 5: Nasabah akan tertarik dan bertahan karena banyaknya program penghargaan (X2.3.2)

Tabel 4.18 Variabel Penghargaan (X2)
Pernyataan X2.3.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	23	32,9%	115
2	Setuju	4	33	47,1%	132
3	Netral	3	14	20%	42
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	289
Rata-Rata Skor					4,1

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 33 atau 47,1%, sedangkan nilai

terendah menyatakan netral sebanyak 14 atau 20%. Artinya responden cenderung setuju jika nasabah akan tertarik dan bertahan karena banyaknya program penghargaan.

Pernyataan No 6: Nasabah akan termotivasi untuk mendapatkan penghargaan dari BSM Tulungagung (X2.3.3)

Tabel 4.19 Variabel Penghargaan (X2)
Pernyataan X2.3.3

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	24	34,3%	120
2	Setuju	4	31	44,3%	124
3	Netral	3	15	21,4%	45
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	289
Rata-Rata Skor					4,1

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 31 atau 44,3%, sedangkan nilai terendah menyatakan netral sebanyak 15 atau 21,4%. Artinya responden cenderung setuju jika nasabah akan termotivasi untuk mendapatkan penghargaan dari BSM Tulungagung.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel penghargaan (X2) sebagai berikut:

Tabel 4.20 Rata-rata Pilihan Responden Variabel Penghargaan (X2)

Pernyataan	Total Skor	Rata-rata Skor
BSM Tulungagung menyediakan penghargaan bagi nasabah yang aktif meningkatkan transaksi. (X2.1.1)	319	4,6
BSM Tulungagung menyediakan penghargaan bagi nasabah yang aktif dalam mempromosikan <i>internet banking</i> kepada	296	4,2

keluarga atau orang lain (X2.1.2)		
BSM Tulungagung menyediakan banyak voucher hadiah yang diberikan kepada nasabah (X2.2.1)	264	4,0
BSM Tulungagung mengadakan program pemberian penghargaan setiap tahunnya (X2.3.1)	260	3,8
Nasabah akan tertarik dan bertahan karena banyaknya program penghargaan (X2.3.2)	289	4,1
Nasabah akan termotivasi untuk mendapatkan penghargaan dari BSM Tulungagung (X2.3.3)	289	4,1
Jumlah Nilai Skor	1717	24,8
Rata-rata Total Skor	286,1	4,1

Berdasarkan tabel 4.20 mengenai tanggapan responden tentang penghargaan BSM KCP Tulungagung diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan BSM Tulungagung menyediakan penghargaan bagi nasabah yang aktif meningkatkan transaksi. (X2.1.1) dengan total skor sebanyak 319 atau dengan rata-rata skor 4,6. Sedangkan total terendah adalah pada pernyataan BSM Tulungagung mengadakan program pemberian penghargaan setiap tahunnya (X2.3.1) dengan total skor sebanyak 260 atau dengan rata-rata skor 3,8.

Pernyataan No 1: BSM Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang terpercaya dalam hal mengelola transaksi menggunakan *internet banking* (X3.1.1)

Tabel 4.21 Variabel Mitra Kerja (X3)
Pernyataan X3.1.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	13	18,6%	65
2	Setuju	4	33	47,1%	132
3	Netral	3	12	17,1%	36
4	Tidak Setuju	2	12	17,1%	24
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	257
Rata-Rata Skor					3,7

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 33 atau 47,1%, sedangkan nilai terendah menyatakan netral dan tidak setuju sebanyak 12 atau 17,1%. Artinya responden cenderung setuju jika BSM Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang terpercaya dalam hal mengelola transaksi menggunakan *internet banking*.

Pernyataan No 2: BSM Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang bertanggung jawab (X3.2.1)

Tabel 4.22 Variabel Mitra Kerja (X3)
Pernyataan X3.2.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	10	14,2%	50
2	Setuju	4	35	50%	140
3	Netral	3	19	27,1%	57
4	Tidak Setuju	2	6	8,6%	12
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	259
Rata-Rata Skor					3,7

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 35 atau 50%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 6 atau 8,6%. Artinya responden cenderung setuju jika BSM Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang bertanggung jawab.

Pernyataan No 3: BSM Tulungagung selalu memberikan informasi ke nasabah mengenai transaksi yang digunakan nasabah (X3.2.2)

Tabel 4.23 Variabel Mitra Kerja (X3)
Pernyataan X3.2.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	14	20%	70
2	Setuju	4	25	35,8%	100
3	Netral	3	28	40%	84
4	Tidak Setuju	2	3	4,2%	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	254
Rata-Rata Skor					3,7

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 28 atau 40%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 3 atau 4,2%. Artinya responden menyatakan netral jika BSM Tulungagung selalu memberikan informasi ke nasabah mengenai transaksi yang digunakan nasabah.

Pernyataan No 4: BSM Tulungagung selalu memberikan produk-produk baru dalam layanan *internet banking* (X3.3.1)

Tabel 4.24 Variabel Mitra Kerja (X3)
Pernyataan X3.3.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	13	18,6%	65
2	Setuju	4	24	34,2%	96
3	Netral	3	23	32,9%	69
4	Tidak Setuju	2	10	14,3%	20
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	250
Rata-Rata Skor					3,6

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 24 atau 34,2%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 10 atau 14,3%. Artinya responden

setuju jika BSM Tulungagung selalu memberikan produk-produk baru dalam layanan *internet banking*.

Pernyataan No 5: Nasabah tidak pernah mendapatkan kesulitan dalam menggunakan layanan *internet banking* (X3.3.2)

Tabel 4.25 Variabel Mitra Kerja (X3)
Pernyataan X3.3.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	13	18,6%	65
2	Setuju	4	20	28,6%	80
3	Netral	3	34	48,6%	102
4	Tidak Setuju	2	3	4,2%	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	253
Rata-Rata Skor					3,7

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan netral sebanyak 34 atau 48,6%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 3 atau 4,2%. Artinya responden cenderung netral jika nasabah tidak pernah mendapatkan kesulitan dalam menggunakan layanan *internet banking*.

Pernyataan No 6: BSM Tulungagung dapat diandalkan dalam hal menjaga kerahasiaan transaksi yang telah digunakan nasabah (X3.4.1)

Tabel 4.26 Variabel Mitra Kerja (X3)
Pernyataan X3.4.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	19	27,2%	95
2	Setuju	4	29	41,4%	116
3	Netral	3	19	27,2%	57
4	Tidak Setuju	2	3	4,2%	6
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	274
Rata-Rata Skor					4,0

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.26 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 29 atau 41,4%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 3 atau 4,2%. Artinya responden cenderung setuju jika BSM Tulungagung dapat diandalkan dalam hal menjaga kerahasiaan transaksi yang telah digunakan nasabah.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel mitra kerja (X3) sebagai berikut:

Tabel 4.27 Rata-rata Pilihan Responden Variabel Mitra Kerja (X3)

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
BSM Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang terpercaya dalam hal mengelola transaksi menggunakan <i>internet banking</i> (X3.1.1)	257	3,7
BSM Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang bertanggung jawab (X3.2.1)	259	3,7
BSM Tulungagung selalu memberikan informasi ke nasabah mengenai transaksi yang digunakan nasabah (X3.2.2)	254	3,7
BSM Tulungagung selalu memberikan produk-produk baru dalam layanan <i>internet banking</i> (X3.3.1)	250	3,6
Nasabah tidak pernah mendapatkan kesulitan dalam menggunakan layanan <i>internet banking</i> (X3.3.2)	253	3,7
BSM Tulungagung dapat diandalkan dalam hal menjaga kerahasiaan transaksi yang telah digunakan nasabah (X3.4.1)	274	4,2
Jumlah Nilai Skor	1547	22,4
Rata-rata Total Skor	257,8	3,8

Berdasarkan tabel 4.27 mengenai tanggapan responden tentang mitra kerja BSM KCP Tulungagung diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan BSM Tulungagung dapat diandalkan dalam hal menjaga

kerahasiaan transaksi yang telah digunakan nasabah (X3.4.1) dengan total skor sebanyak 274 atau dengan rata-rata skor 4,2. Sedangkan total terendah adalah pada pernyataan BSM Tulungagung selalu memberikan produk-produk baru dalam layanan *internet banking* (X3.3.1) dengan total skor sebanyak 250 atau dengan rata-rata skor 3,6.

Pernyataan No 1: Nasabah terdorong dan tertarik untuk terus menggunakan layanan *internet banking* di masa yang akan datang (Y.1.1)

Tabel 4.28 Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Y) Pernyataan Y.1.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	9	12,9%	45
2	Setuju	4	41	58,6%	164
3	Netral	3	20	28,5%	60
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	269
Rata-Rata Skor					3,9

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.28 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 41 atau 58,6%, sedangkan nilai terendah menyatakan sangat setuju sebanyak 9 atau 12,9%. Artinya responden cenderung setuju jika nasabah terdorong dan tertarik untuk terus menggunakan layanan *internet banking* di masa yang akan datang.

Pernyataan No 2: Nasabah mendapat dukungan dari orang terdekat dalam menggunakan *internet banking* (Y.1.2)

Tabel 4.29 Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Y) Pernyataan Y.1.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	33	47,1%	165
2	Setuju	4	28	40%	112
3	Netral	3	9	12,9%	27

4	Tidak Setuju	2	0	0%	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	304
Rata-Rata Skor					4,3

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.29 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan sangat setuju sebanyak 33 atau 47,1%, sedangkan nilai terendah menyatakan netral sebanyak 9 atau 12,9%. Artinya responden cenderung sangat setuju jika nasabah mendapat dukungan dari orang terdekat dalam menggunakan *internet banking*.

Pernyataan No 3: *Internet banking* sesuai dengan kebutuhan nasabah (Y.2.1)

Tabel 4.30 Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Y)
Pernyataan Y.2.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	29	41,4%	145
2	Setuju	4	34	48,6%	136
3	Netral	3	7	10%	21
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	302
Rata-Rata Skor					4,3

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.30 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 34 atau 48,6%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 7 atau 10%. Artinya responden cenderung setuju jika *internet banking* sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Pernyataan No 4: Bertransaksi melalui *internet banking* supaya mendapatkan keuntungan (Y.2.2)

Tabel 4.31 Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Y)
Pernyataan Y.2.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	30	42,9%	150
2	Setuju	4	32	45,8%	128
3	Netral	3	8	11,4%	24
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	302
Rata-Rata Skor					4,3

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.31 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 32 atau 45,8%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 8 atau 11,4%. Artinya responden cenderung setuju karena bertransaksi melalui *internet banking* supaya mendapatkan keuntungan.

Pernyataan No 5: Nasabah akan terus bertransaksi dan menggunakan *internet banking* dari BSM Tulungagung (Y.3.1)

Tabel 4.32 Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Y)
Pernyataan Y.3.1

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	20	28,6%	100
2	Setuju	4	42	60%	168
3	Netral	3	8	11,4%	24
4	Tidak Setuju	2	0	0%	0
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	292
Rata-Rata Skor					4,1

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.32 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 42 atau 60%, sedangkan nilai terendah menyatakan netral sebanyak 8 atau 11,4%. Artinya responden

cenderung setuju jika nasabah akan terus bertransaksi dan menggunakan *internet banking* dari BSM Tulungagung.

Pernyataan No 6: Nasabah senang menggunakan *internet banking* dari BSM Tulungagung (Y.3.2)

Tabel 4.33 Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Y) Pernyataan Y.3.2

No	Choice	Skor	Frekuensi	Prosentase	Total Skor
1	Sangat Setuju	5	7	10%	35
2	Setuju	4	47	67,1%	188
3	Netral	3	15	21,5%	45
4	Tidak Setuju	2	1	1,4%	2
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total			70	100%	270
Rata-Rata Score					3,9

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.33 diketahui bahwa dari 70 responden, nilai tertinggi yang menyatakan setuju sebanyak 47 atau 67,1%, sedangkan nilai terendah menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1,4%. Artinya responden cenderung setuju jika nasabah senang menggunakan *internet banking* dari BSM Tulungagung.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dapat digambarkan rata-rata pilihan responden berkaitan dengan variabel minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y) sebagai berikut:

Tabel 4.34 Rata-rata Pilihan Responden Variabel Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Y)

Pernyataan	Total Score	Rata-rata Score
Nasabah terdorong dan tertarik untuk terus menggunakan layanan <i>internet banking</i> di masa yang akan datang (Y.1.1)	269	3,9
Nasabah mendapat dukungan dari orang terdekat dalam menggunakan <i>internet banking</i> (Y.1.2)	304	4,3
<i>Internet banking</i> sesuai dengan kebutuhan	302	4,3

nasabah (Y.2.1)		
Bertransaksi melalui <i>internet banking</i> supaya mendapatkan keuntungan (Y.2.2)	302	4,3
Nasabah akan terus bertransaksi dan menggunakan <i>internet banking</i> dari BSM Tulungagung (Y.3.1)	292	4,1
Nasabah senang menggunakan <i>internet banking</i> dari BSM Tulungagung (Y.3.2)	270	3,9
Jumlah Nilai Skor	1575	22,6
Rata-rata Total Skor	262,5	3,8

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.34 mengenai tanggapan responden tentang minat nasabah menggunakan *internet banking* diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan nasabah mendapat dukungan dari orang terdekat dalam menggunakan *internet banking* (Y.1.2) dengan total skor sebanyak 304 atau dengan rata-rata skor 4,3. Sedangkan total terendah adalah pada pernyataan nasabah terdorong dan tertarik untuk terus menggunakan layanan *internet banking* di masa yang akan datang (Y.1.1) dengan total skor sebanyak 269 atau dengan rata-rata skor 3,9.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan.¹⁰⁷ Suatu data dapat dikatakan valid ketika r hitung lebih besar dari pada r tabel. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 70 responden. Dari jumlah responden tersebut, dapat diketahui

¹⁰⁷Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi....*, hal. 166

besarnya r tabel adalah 0,235 ($df = n-2 = 70-2 = 68$) dengan taraf kesalahan 5%.

Pengambilan keputusan uji validitas sebagai berikut:

Jika r hitung $>$ r tabel (0,235) = valid

Jika r hitung $<$ r tabel (0,235) = tidak valid

Berikut hasil uji validitas dari masing-masing variabel:

Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas

Variabel		r hitung	r tabel	Keterangan
Fitur Layanan	Indikator X1.1.1	0,625	0,235	Valid
	Indikator X1.2.1	0,769	0,235	Valid
	Indikator X1.3.1	0,541	0,235	Valid
	Indikator X1.4.1	0,452	0,235	Valid
	Indikator X1.5.1	0,453	0,235	Valid
	Indikator X1.5.2	0,465	0,235	Valid
Penghargaan	Indikator X2.1.1	0,432	0,235	Valid
	Indikator X2.1.2	0,588	0,235	Valid
	Indikator X2.2.1	0,657	0,235	Valid
	Indikator X2.3.1	0,645	0,235	Valid
	Indikator X2.3.2	0,650	0,235	Valid
	Indikator X2.3.3	0,648	0,235	Valid
Mitra Kerja	Indikator X3.1.1	0,603	0,235	Valid
	Indikator X3.2.1	0,621	0,235	Valid
	Indikator X3.2.2	0,683	0,235	Valid
	Indikator X3.3.1	0,624	0,235	Valid
	Indikator X3.3.2	0,667	0,235	Valid
	Indikator X3.4.1	0,579	0,235	Valid
Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i>	Indikator Y.1.1	0,671	0,235	Valid
	Indikator Y.1.2	0,607	0,235	Valid
	Indikator Y.2.1	0,629	0,235	Valid
	Indikator Y.2.2	0,696	0,235	Valid
	Indikator Y.3.1	0,649	0,235	Valid
	Indikator Y.3.2	0,540	0,235	Valid

Berdasarkan tabel 4.35 dapat disimpulkan bahwa semua indikator instrumen dari variabel fitur layanan (X1), penghargaan (X2), mitra kerja (X3), minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y) adalah valid.

Karena nilai r hitung pada *correlations* lebih besar dibandingkan r tabel (0,235).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.¹⁰⁸ Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Jika skala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel¹⁰⁹

Berikut hasil uji reliabilitas dari penelitian ini:

Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Fitur Layanan	0,563	Cukup Reliabel
Penghargaan	0,656	Reliabel
Mitra Kerja	0,691	Reliabel
Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i>	0,699	Reliabel

¹⁰⁸ *Ibid.*, hal. 168-169

¹⁰⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal 96

Berdasarkan tabel 4.36 menunjukkan bahwa variabel fitur layanan (X1) memiliki nilai *Alpha Cronbach* antara 0,41 sampai 0,60 yang berarti cukup reliabel, sedangkan penghargaan (X2), mitra kerja (X3), dan minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y) memiliki nilai *Alpha Cronbach* antara 0,61 sampai 0,80 yang berarti reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar *variabel independent*. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi.¹¹⁰ Nilai cutof yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≥ 10 .¹¹¹ Berikut hasil uji multikolinearitas yang didapat dari hasil perhitungan SPSS:

Tabel 4.37 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.985	4.376		.910	.366		
	X1	.358	.154	.243	2.323	.023	.959	1.043
	X2	.327	.100	.337	3.253	.002	.976	1.025
	X3	.207	.078	.283	2.671	.010	.937	1.067

a. Dependent Variable: Y

¹¹⁰Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi...*, hal. 177

¹¹¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006),hal. 95-96

Berdasarkan tabel 4.37 menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas untuk variabel fitur layanan (X1) yaitu nilai *tolerance* 0,959 dan nilai VIF sebesar 1,043. Sedangkan nilai *tolerance* dan nilai VIF variabel penghargaan (X2) adalah 0,976 dan 1,025. Selanjutnya untuk nilai *tolerance* dan nilai VIF variabel mitra kerja (X3) adalah 0,937 dan 1,067. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas, karena nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai VIF ≤ 10 .

b. Uji Heteroskedastisitas

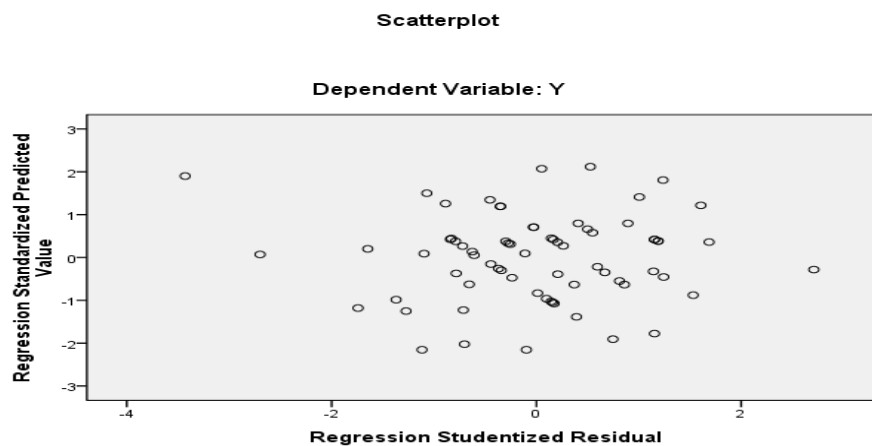
Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.¹¹² Dasar analisis:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹³ Berikut hasil uji heteroskedastisitas yang didapat dari hasil perhitungan SPSS:

Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

¹¹² Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi...*, hal. 179

¹¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal. 125-126



Dalam pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 16.0 dapat dilihat pada Scatterplot apabila titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.¹¹⁴ Normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan ini adalah jika probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant (α)* maka data berdistribusi. Sedangkan Santoso mengatakan jika *Sig.* Atau signifikan atau nilai

¹¹⁴ *Ibid.*, hal. 77

probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal (simetris).¹¹⁵ Berikut hasil uji normalitas yang didapat dari hasil perhitungan SPSS:

Tabel 4.38 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y
N		70	70	70	70
Normal Parameters ^a	Mean	23.51	24.76	22.19	25.10
	Std. Deviation	1.648	2.510	3.316	2.433
Most Extreme Differences	Absolute	.130	.119	.135	.140
	Positive	.127	.119	.082	.103
	Negative	-.130	-.096	-.135	-.140
Kolmogorov-Smirnov Z		1.089	.992	1.128	1.170
Asymp. Sig. (2-tailed)		.186	.278	.157	.129
a. Test distribution is Normal.					

Berdasarkan tabel 4.38 atau *One-Sample Kolmogrov-Smirnov*

Test dapat diketahui bahwa:

- a. Nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* fitur layanan (X1) adalah 0,186. Dengan demikian variabel bagi hasil (X1) berdistribusi normal. Karena memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ atau $0,186 > 0,05$.
- b. Nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* penghargaan (X2) adalah 0,278. Dengan demikian variabel kualitas penghargaan (X2) berdistribusi normal. Karena memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ atau $0,278 > 0,05$.
- c. Nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* mitra kerja (X3) adalah 0,157. Dengan demikian variabel mitra kerja (X3) berdistribusi normal. Karena memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ atau $0,157 > 0,05$.

¹¹⁵*Ibid.*, 78

- d. Nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y) adalah 0,129. Dengan demikian variabel minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y) berdistribusi normal. Karena memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ atau $0,129 > 0,05$

Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

5. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan regresi dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas $X(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$ dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linear.¹¹⁶ Berikut hasil uji regresi linier berganda yang didapat dari hasil perhitungan SPSS:

Tabel 4.39 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.985	4.376		.910	.366		
	X1	.358	.154	.243	2.323	.023	.959	1.043
	X2	.327	.100	.337	3.253	.002	.976	1.025
	X3	.207	.078	.283	2.671	.010	.937	1.067

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil tabel 4.39, maka didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

¹¹⁶ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing. 2016), hal. 124

$$Y = 3,985 + 0,358X_1 + 0,327X_2 + 0,207X_3$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 3,985 satuan yang artinya jika fitur layanan, penghargaan, dan mitra kerja nilainya adalah tetap atau konstan, maka minat nasabah menggunakan *internet banking* sebesar 3,985.
- b. Koefisien regresi variabel fitur layanan sebesar 0,358 satuan artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan fitur layanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka minat nasabah menggunakan *internet banking* akan mengalami kenaikan sebesar 0,358 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa fitur layanan mampu memberikan kelengkapan fasilitas transaksi, kesesuaian fasilitas, keamanan fasilitas, biaya murah, dan ketersediaan fitur, maka akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *internet banking*. Dan sebaliknya jika terjadi penurunan dari fitur layanan maka minat nasabah menggunakan *internet banking* sebesar 0,358 satuan.
- c. Koefisien regresi variabel penghargaan sebesar 0,327 satuan artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan penghargaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka minat nasabah menggunakan *internet banking* akan mengalami penurunan sebesar 0,327 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa prestasi, banyaknya voucher hadiah, dan program penghargaan maka akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *internet banking*. Dan sebaliknya jika terjadi

- penurunan dari penghargaan maka minat nasabah menggunakan *internet banking* sebesar 0,327 satuan.
- d. Koefisien regresi variabel mitra kerja sebesar 0.207satuan artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan mitra kerja mengalami kenaikan 1 satuan, maka minat nasabah menggunakan *internet banking* akan mengalami penurunan sebesar 0.207 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa terpercaya, tanggung jawab, *track record* (jejak rekaman), dan keterandalan maka akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *internet banking*. Dan sebaliknya jika terjadi penurunan dari mitra kerja maka minat nasabah menggunakan *internet banking* sebesar 0,207 satuan.
 - e. Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).
 - f. Dari hasil uji penelitian terlihat bahwa variabel yang paling dominan dari variabel fitur layanan, variabel penghargaan, variabel mitra kerja terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* adalah variabel fitur layanan.

7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai

koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.¹¹⁷ Berikut hasil uji Koefisien Determinasi yang didapat dari perhitungan SPSS:

Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.555 ^a	.308	.277	2.069	.308	9.797	3	66	.000	1.723

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.40 diketahui R square atau koefisien determinasi sebesar 0,308 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,277 atau 27,7% artinya 27,7% variabel terikat minat nasabah menggunakan *internet banking* dijelaskan oleh variabel fitur layanan, penghargaan, dan mitra kerja sedangkan sisanya 72,3% (100%-27,7%) dijelaskan oleh variabel lain.

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini di bagi menjadi dua yaitu uji t dan Uji F. Untuk pengujian hipotesis yang akan diuji dengan uji t dan uji F, maka hipotesis yang dikemukakan sebagai berikut:

H1: Fitur layanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BSM KCP Tulungagung.

¹¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal 87

H2: Penghargaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BSM KCP Tulungagung.

H3: Mitra kerja berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BSM KCP Tulungagung.

H4: Fitur layanan, penghargaan dan mitra kerja secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BSM KCP Tulungagung.

Dari keempat hipotesisi tersebut, maka peneliti menggunakan uji t dan uji F, sebagai berikut:

a. Uji t (t-test)

Pengujian dilakukan dengan uji t dengan t-test, yaitu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat:¹¹⁸

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat yang digunakan. Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, di mana syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

¹¹⁸ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), Ed. 1, Cet. 2, hal. 194

- 1) Jika signifikansi $t < 0,05$ maka H_0 ditolak yaitu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi $t > 0,05$ maka H_0 diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut hasil uji t yang didapat dari hasil perhitungan SPSS:

Tabel 4.41 Hasil Uji t

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta				Tolerance
1	(Constant)	3.985	4.376		.910	.366		
	X1	.358	.154	.243	2.323	.023	.959	1.043
	X2	.327	.100	.337	3.253	.002	.976	1.025
	X3	.207	.078	.283	2.671	.010	.937	1.067

a. Dependent Variable: Y

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu fitur layanan (X1), penghargaan (X2) dan mitra kerja. Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y).

Dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Menguji signifikansi koefisien regresi variabel fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan tabel 4.40 diperoleh nilai t tabel variabel fitur layanan (X1) sebesar 1,997 (diperoleh dengan cara mencari nilai

$n-2 = 70-2 = 68$, dan nilai $\alpha = 5\%$ dibagi menjadi dua yaitu $5\% / 2 = 0,025$) dan nilai t hitung sebesar 2,323. Karena nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $2,323 > 1,997$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) teruji. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,023 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka $0,023 < 0,05$ dengan demikian hipotesis pertama (H1) teruji, yang artinya fitur layanan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BSM KCP Tulungagung.

- 2) Menguji signifikansi koefisien regresi variabel penghargaan (X2) terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y).

Berdasarkan tabel 4.40 diperoleh nilai t tabel variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 1,997 (diperoleh dengan cara mencari nilai $n-2 = 70-2 = 68$, dan nilai $\alpha = 5\%$ dibagi menjadi dua yaitu $5\% / 2 = 0,025$) dan nilai t hitung sebesar 3,253. Karena nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $3,253 > 1,997$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) teruji. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,002 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka $0,002 < 0,05$ dengan demikian hipotesis kedua (H2) teruji, yang artinya penghargaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BSM KCP Tulungagung.

- 3) Menguji signifikansi koefisien regresi mitra kerja (X3) terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y).

Berdasarkan tabel 4.40 diperoleh nilai t tabel variabel reputasi (X3) sebesar 1,997 (diperoleh dengan cara mencari nilai $n-2 = 70-2 = 68$, dan nilai $\alpha = 5\%$ dibagi menjadi dua yaitu $5\% / 2 = 0,025$) dan nilai t hitung sebesar 2,671. Karena nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,671 > 1,997$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) teruji. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,010 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka $0,010 < 0,05$ dengan demikian hipotesis ketiga (H3) teruji, yang artinya mitra kerja tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* BSM KCP Tulungagung.

b. Uji F (F-test)

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah *slope* (koefisien parameter) secara simultan berbeda atau sama dengan nol. Jadi, uji ini dilakukan untuk melihat secara persamaan.¹¹⁹ Langkah-langkah pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan antara F hitung dan F tabel:

Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$, maka H_0 diterima.

¹¹⁹Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2005), hal. 261

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak¹²⁰

2) Pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas

Jika probabilitas (sig) $> \alpha$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas (sig) $< \alpha$ maka H_0 ditolak¹²¹

Berikut hasil uji F yang didapat dari hasil perhitungan SPSS:

Tabel 4.42 Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125.799	3	41.933	9.797	.000 ^a
	Residual	282.501	66	4.280		
	Total	408.300	69			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.42 didapat nilai F hitung sebesar 9,797 dan F tabel sebesar 2,74 ($dk = n - k - 1 = 70 - 3 - 1 = 66 = 2,74$) maka $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $9,797 > 2,74$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu fitur layanan (X1), penghargaan (X2) dan mitra kerja (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* (Y). serta berdasarkan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α 0,05, maka $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis keempat (H4) teruji. Artinya bahwa fitur layanan, penghargaan, dan mitra kerja secara simultan (bersama-sama) berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.

¹²⁰ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hal. 333

¹²¹ *Ibid.*, hal. 336