

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### A. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* di BSM KCP Tulungagung

Fitur (*feactures*) atau disebut juga atribut adalah semua hasil pengukuran yang bisa diperoleh dan merupakan karakteristik pembeda dari objek fitur dapat berupa simbol seperti warna, numerik seperti berat, atau gabungan keduanya. Fitur dapat dinyatakan dengan variabel kontinu, diskert, atau diskre-biner. Fitur biner dapat digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya suatu fitur tertentu. Fitur yang baik memiliki syarat berikut: (1) Mudah dalam komputasi; (2) Mampu sebagai pembeda dan memberikan keberhasilan tinggi dalam pengenalan; (3) dan Besarnya data dapat diperkecil tanpa menghilangkan informasi penting.<sup>122</sup>

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara variabel fitur layanan dengan variabel minat nasabah menggunakan *internet banking*. Nilai t positif menunjukkan bahwa fitur layanan mempunyai hubungan yang searah dengan minat nasabah menggunakan *internet banking*. Hal ini mengandung arti bahwa setiap

---

<sup>122</sup> Darma Putra, *Pengolahan Citra Digital....* ,hal.305-306.

kenaikan fitur layanan 1 satuan, maka variabel minat nasabah menggunakan *internet banking* akan naik sebesar angka koefisien yang ada pada fitur layanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gilang Rizki Amijaya,<sup>123</sup> yang berjudul “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus pada Nasabah Bank BCA). Hasil penelitian menunjukkan variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat minat ulang nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang dikemukakan Schmitt dan Poon (dalam Setyo Ferry Wibiwo).<sup>124</sup> Menurut Schmitt fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefensiasikan produk mereka dengan produk pesaing. Sedangkan menurut Poon terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem *internet banking*, yaitu, kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk.

---

<sup>123</sup>Gilang Rizky Amijaya, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet banking*, 2010, (pada <https://core.ac.uk/download/pdf/11721606.pdf>, diakses 19 Desember 2017 waktu 12.00 WIB)

<sup>124</sup> Setyo Ferry Wibiwo, dkk., *Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Money card*, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.6, No.1, 2015, (diakses dalam <http://www.tapdf.com/read/17559.html/> pada tanggal 17-09- 2017 waktu 12.00 WIB)

## **B. Pengaruh Penghargaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* di BSM KCP Tulungagung**

Penghargaan menurut Pitts (dalam Aldila Saga Prabu) merupakan keuntungan yang timbul dari melaksanakan tugas, menjalankan pelayanan, atau mengambil tanggung jawab. Sementara Gouillart dan Kelly menyatakan bahwa penghargaan yang diperoleh atau diharapkan akan diperoleh sebagai konsekuensi dari apa yang mereka kerjakan akan merubah perilaku manusia secara fundamental.<sup>125</sup> Sulaiman Rasyid menyebutkan bahwa penghargaan/hadiah dapat diartikan sebagai pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa adanya penggantian dengan maksud memuliakan.<sup>126</sup>

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara penghargaan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara variabel penghargaan dengan variabel minat nasabah menggunakan *internet banking*. Nilai t positif menunjukkan bahwa penghargaan mempunyai hubungan yang searah dengan minat nasabah menggunakan *internet banking*. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan penghargaan 1 satuan, maka variabel minat nasabah menggunakan *internet banking* akan naik sebesar angka koefisien yang ada pada penghargaan tersebut.

---

<sup>125</sup> Aldila Saga Prabu dan Dewi Tri Wijayanti., *Pengaruh penghargaan dan motivasi terhadap kinerja karyawan*, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan 2016, Vol.5, No.2, (diakses dalam <http://www.tapdf.com/read/17559.html/> pada tanggal 15-03- 2018 waktu 12.00 WIB)

<sup>126</sup> Sulaiman Rasyid, *Fiqih Islam....*, hal. 326.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori dikemukakan Suharsimi Arikunto dalam bukunya manajemen pengajar. Dalam bukunya Suharsimi Arikunto menyebutkan bahwa, *reward* atau imbalan digunakan untuk menarik dan mempertahankan orang dan memotivasi mereka agar mencapai tujuan organisasi. Atau sebuah bentuk pengakuan kepada suatu prestasi tertentu yang diberikan dalam bentuk material dan non material yang diberikan oleh pihak organisasi atau lembaga kepada individu atau kelompok pegawai agar mereka dapat bekerja dengan motivasi yang tinggi dan berprestasi dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi.<sup>127</sup>

### **C. Pengaruh Mitra Kerja Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* di BSM KCP Tulungagung**

Mitra kerja adalah pemasok produk atau bahan baku, distributor, agen, dan bisa juga investor. Untuk memilih mitra kerja yang tepat, tentunya perlu melihat *track record* dan juga kinerjanya. Apakah mitra kerja tersebut bisa mematuhi perjanjian, apakah mitra kerja yang bersangkutan sering melakukan wanprestasi, dan lain sebagainya. Meskipun telah bermitra dengan baik tentunya juga perlu adanya perlindungan hukum. Seperti membuat perjanjian tertulis yang ditandatangani di atas materai, bahkan bila perlu notaris untuk melegalkan kerja sama tersebut. Namun hal tersebut juga bergantung pada jenis dan skala bisnis yang dibangun.<sup>128</sup>

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

---

<sup>127</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pengajaran.....*,hal.160.

<sup>128</sup>Jubilee Enterprise,*101 Tips for Women Inc.....*,hal.15

secara signifikan antara mitra kerja terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara variabel mitra kerja dengan variabel minat nasabah menggunakan *internet banking*. Nilai t positif menunjukkan bahwa mitra kerja mempunyai hubungan yang searah dengan minat nasabah menggunakan *internet banking*. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan mitra kerja 1 satuan, maka variabel minat nasabah menggunakan *internet banking* akan naik sebesar angka koefisien yang ada pada mitra kerja tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori dikemukakan Paulus Bambang dalam bukunya *Lead to bless leader* (kepemimpinan yang menjamin perusahaan sejahtera dan karyawan bahagia). Dalam bukunya Paulus Bambang menyebutkan bahwa, pelanggan (customer) harus jadi fokus pertama dan utama dalam radar perhatian pemimpin. Daya saing menjadi fokus berikutnya karena berhubungan erat dengan pesaing dalam hal keunggulan produk/jasa yang dihasilkan. Sebagai perekat keduanya adalah mitra kerja. Mitra kerja adalah ujung tombak untuk membuktikan bahwa daya saing menjadi *lethal weapon* dalam mengalahkan pesaing sekaligus *proper medicine* untuk menaklukkan kebutuhan pelanggan.<sup>129</sup>

---

<sup>129</sup> Paulus Bambang, *Lead to bless leader kepemimpinan yang.....*, hal.94-97

#### **D. Pengaruh Fitur Layanan, Penghargaan, dan Mitra Kerja Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* di BSM KCP Tulungagung**

Hasil penelitian yang dilakukan pada nasabah yang menggunakan *internet banking* di BSM KCP Tulungagung dapat diketahui dari variabel – variabel bebas yang terdiri dari fitur layanan, penghargaan, dan mitra kerja secara bersama-sama mampu mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking* di BSM KCP Tulungagung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Setyo Ferry Wibowo,<sup>130</sup> dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-monay card (studi pada penggunaan jasa commuterline di jakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama terhadap minat menggunakan e-monay card. Sehingga semakin baik persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan pada penggunaan jasa commuterline di jakarta maka akan semakin tinggi jumlah nasabah yang berminat pada penggunaan e-monay card.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Sardiman (dalam Darmadi) menyatakan, bahwa minat seseorang terhadap suatu obyek akan lebih

---

<sup>130</sup> Setyo Ferry Wibiwo,dkk.,*Pengaruh persepi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Money card*,Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol.6, No.1,2015,(diakses dalam <http://www.tapdf.com/read/17559.html/> pada tanggal 17-09- 2017 waktu 12.00 WIB)

kelihatan apabila obyek sasaran berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Pendapat ini memberikan pengertian, bahwa minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan sendiri, dengan kata lain ada kecenderungan apa yang dilihat dan diamati seseorang adalah sesuatu yang berhubungan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang tersebut.<sup>131</sup>

Selain teori yang dikemukakan Sardiman (dalam Darmadi) Crow and crow menyatakan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat yang pertama adalah dorongan dari dalam individu, yang kedua motif sosial merupakan faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, yang ketiga adalah faktor emosional, maksudnya adalah minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.<sup>132</sup>

Dari teori yang dikemukakan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, fitur layanan, penghargaan, mitra kerja akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* di BSM KCP Tulungagung. Apabila fitur layanan yang ditetapkan BSM KCP Tulungagung sudah sesuai dengan keinginan nasabah, penghargaan dan mitra kerja yang dimiliki BSM KCP Tulungagung sangat baik dan dapat memuaskan nasabah, maka akan menarik

---

<sup>131</sup> Darmadi, *Pengembangan Model dan Metode....*, hal.307-308.

<sup>132</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu....*, hal. 264

minat nasabah untuk menggunakan produk *internet banking* di BSM KCP Tulungagung.