

**PERBANDINGAN *DIRECT SERVICE* DAN *DIGITAL SERVICE* PADA  
MINAT NASABAH DALAM PEMBUATAN REKENING BARU  
DI BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto)



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**MUTIARA PUTRI PURNAMI**  
NIM. 214110202221

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Putri Purnami  
NIM : 214110202221  
Jenjang : S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Perbandingan *Direct Service* dan *Digital Service* pada Minat Nasabah Dalam Pembuatan Rekening Baru di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 30 April 2025



**Mutiara Putri Purnami**

NIM. 214110202221



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PERBANDINGAN DIRECT SERVICE DAN DIGITAL SERVICE PADA  
MINAT NASABAH DALAM PEMBUATAN REKENING BARU  
DI BANK SYARIAH INDONESIA  
(STUDI KASUS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI  
PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **MUTIARA PUTRI PURNAMI NIM 214110202221**  
Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah  
diujikan pada hari **Kamis, 22 Mei 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk  
memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

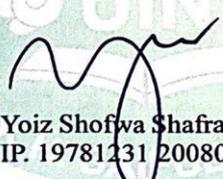
Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Dr. H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.  
NIP. 19790323 201101 1 007

  
Azka Nur Diana, S.E., M.Ak.  
NIP. 19920115 202012 2 018

Pembimbing/Penguji

  
Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 26 Mei 2025

Mengesahkan  
Dekan.



  
Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto di-  
Purwokerto

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

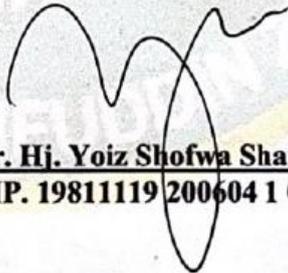
Setelah melakukan bimbingan, telah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Saudari Mutiara Putri Purnami NIM 214110202221 yang berjudul:

**Perbandingan *Direct Service* dan *Digital Service* pada Minat Nasabah Dalam Pembuatan Rekening Baru di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.)

**Wassalamualaikum Wr.Wb**

Purwokerto, 23 April 2025  
Pembimbing

  
**Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.**  
**NIP. 19811119 200604 1 004**

## MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”  
(HR Ahmad)

“Sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan.”  
(Q.S. Al-Insyirah : 5)

“Hidup ini memang tidak sempurna. Tapi, kita bisa membuatnya lengkap dengan selalu berterima kasih.”  
(Tere Liye)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”  
(Boy Candra)

“Sesulit apapun prosesnya nikmatilah, karena orang lain tidak peduli tentang *struggle* prosesnya kita tapi tentang *success* hasilnya kita.”  
(Mutiara Putri)

**PERBANDINGAN *DIRECT SERVICE* DAN *DIGITAL SERVICE* PADA  
MINAT NASABAH DALAM PEMBUATAN REKENING BARU  
DI BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto)

**Mutiara Putri Purnami**  
**NIM. 21411020221**

E-mail : [mutiara24032004@gmail.com](mailto:mutiara24032004@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

*Direct service* merupakan pelayanan langsung perbankan antara nasabah dan pihak bank dalam pembuatan rekening baru di Bank Syariah Indonesia. Sedangkan *digital service* merupakan pelayanan digital yang dilakukan oleh nasabah dalam pembukaan rekening baru melalui aplikasi BYOND by BSI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan minat nasabah dalam *direct service* dan *digital service* di Bank Syariah Indonesia. Objek penelitian ini nasabah Bank Syariah Indonesia area Purwokerto.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* pada jenis *purposive sampling*. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner kepada nasabah secara *online* dan *offline*. Total responden pada penelitian ini 100 responden nasabah di area Purwokerto. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode uji beda yaitu uji mann-whitney.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan minat nasabah dalam *direct service* dan *digital service* pada pembukaan rekening baru di Bank Syariah Indonesia di buktikan dengan uji man whitney dengan hasil nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar  $0,000 < 0,05$  serta mean rank pada hasil uji mann whitney *direct service* sebesar 137.12 dan *digital service* sebesar 63.89.

**Kata Kunci:** *Direct service*, *Digital Service*, Minat Nasabah, Bank Syariah Indonesia.

**COMPARISON OF DIRECT SERVICE AND DIGITAL SERVICE ON  
CUSTOMER INTEREST IN CREATING A NEW ACCOUNT  
AT BANK SYARIAH INDONESIA**

*(Case Study of Bank Syariah Indonesia Customer in Purwokerto)*

**Mutiara Putri Purnami**  
**NIM. 21411020221**

E-mail : [mutiara24032004@gmail.com](mailto:mutiara24032004@gmail.com)

*Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*Direct service is a direct banking service between customers and the bank to create a new account at Bank Syariah Indonesia. Digital Service is a digital service carried out by customers to open a new account through the BYOND by BSI application. This study aims to discover the differences in customer interest in Direct service and Digital Service at Bank Syariah Indonesia. The object of this research is a customer of Bank Syariah Indonesia in the Purwokerto area.*

*Sampling in this study uses non probability sampling and purposive sampling technique. The data used in this study is the distribution of questionnaires to customers Online and offline. The total respondents in this study were 100 customer respondents in the Purwokerto area. This study is quantitative research with a different test method, namely the Mann-Whitney test.*

*The results of this study show that there is a difference in customer interest in Direct service and Digital Service on the opening of a new account at Bank Syariah Indonesia as evidenced by the man whitney test with the results of the Asymp Sig (2-tailed) value of  $0.000 < 0.05$  and the mean rank in the results of the mann whitney test Direct service of 137.12 and Digital Service by 63.89*

**Keywords:** *Direct service, Digital Service, Customer Interest, Bank Syariah Indonesia.*

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Pedoman Transliterasi Arab-Latin, dengan beberapa penyesuaian sebagai berikut:

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ħ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ṭa	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef

ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	‘el
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	waw	w	w
ه	ha’	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya’	y	ye

## 2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

ع دة	ditulis	‘iddah
------	---------	--------

## 3. Ta’ marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	hikmah	جزية	ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	karâmah al-auliyâ’
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لفر	ditulis	zakât al-fiṭr
----------	---------	---------------

## 4. Vokal pendek

( - )	fathah	ditulis	a
( َ - )	kasrah	ditulis	i
( ُ - )	dammah	ditulis	u

### 5. Vokal panjang

1.	fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	fathah + ya' mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	tansa
3.	kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

### 6. Vokal rangkap

1.	fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2.	fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

### 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

نوى الفروض	ditulis	zawi al-furûd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur yang sangat amat banyak kepada Allah SWT, atas berkat, Rahmat serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perbandingan *Direct service* dan *Digital Service* pada Minat Nasabah Dalam Pembuatan Rekening Baru di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto)” untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, semoga kita tergolong umatnya yang akan mendapatkan pertolongan di hari kiamat, Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari tentu masih banyak kelemahan dan kekurangan. Peneliti juga menyadari berkat pertolongan Allah SWT dan dukungan, bimbingan, serta bantuan semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini hingga akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Dengan ketulusan hati dan penuh rasa syukur pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan memberikan dukungan baik materi maupun non materi demi terselesainya penelitian ini. Peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag. selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Mag. selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Koordinator Program Studi Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih atas segala bantuan, arahan, motivasi, dan ilmu yang diberikan sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan baik, serta waktu yang diberikan ditengah kesibukan namun tetap bersedia untuk membantu dan membimbing peneliti dalam menyusun skripsi ini. Peneliti memohon maaf apabila selama bimbingan terdapat kesalahan baik perkataan maupun perbuatan yang di sengaja atau tidak di sengaja.
12. Segenap dosen, staff, tata usaha dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Cinta pertamaku yaitu Bapak Maman. Terimakasih atas setiap tetes keringat perjuangan kerja keras untuk kehidupan penulis, sudah menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan berada di posisi ini, do'a yang selalu mengiringi setiap langkah saya, dukungan, nasehat yang selalu diucapkan kepada saya sehingga saya bisa sabar dan menyelesaikan proses skripsi ini.
14. Pintu surgaku, Ibuku tercinta yaitu Ibu Eni yang telah melahirkan, membesarkan, menuntun ke jalan yang lebih luas, dan menjadi tempat ternyaman penulis untuk pulang. Terimakasih sudah menjadi ibu yang setia

menjadi tempat curhat penulis, dukungan, perhatian, cinta dan do'a yang selalu mengiringi proses saya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.

15. Nenek saya, orang tua kedua yang dengan penuh kasih sayang merawat dan menjaga penulis sejak kecil. Terimakasih atas doa, dukungan serta kasih sayang yang diberikan kepada penulis. Semoga kesuksesan ini menjadi motivasi untuk melangkah lebih jauh lagi.
16. Keluarga besar penulis, yang telah mendoakan penulis, memberikan bantuan material dan lainnya kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan jalan yang terbaik untuk kita semua.
17. Kepada semua pihak BSI KCP Banyumas Sokaraja. Terimakasih sudah memberikan izin dan sudah bersedia membantu saya dalam menyelesaikan proses skripsi ini.
18. Terimakasih kepada Nadia Nungki Wibowo sudah menjadi teman dari awal mahasiswa sampai menjadi mahasiswa akhir ini sekaligus menjadi pembimbing skripsi yang selalu meyakinkan penulis sampai akhir ini. Terimakasih atas bantuan yang diberikan selama ini. Semoga kita bisa sukses bareng.
19. Terimakasih kepada Nana, Nada, Ariska, Adel, Haswa dan Nanda. Terimakasih atas bantuannya serta arahan selama proses skripsi ini, selalu meyakinkan, menemani dan memotivasi penulis sampai selesainya penulisan skripsi ini. Terimakasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah selama proses ini. Semoga kebaikannya digantikan oleh hal baik nantinya.
20. Kepada seorang yang tak kalah penting kehadirannya dan menjadi partner spesial di hidup penulis yang tidak disebutkan namanya. Terimakasih selalu menjadi *support system* penulis terbaik, memberikan dukungan, motivasi, cinta dan perhatian penulis selama proses penulisan skripsi ini. Terimakasih atas semua bantuan, tenaga dan waktu yang diberikan kepada penulis. Semoga kita selalu Bersama.
21. Terimakasih kepada Meli dan Orel sudah menjadi teman dari awal sampai akhir di perkuliahan ini. Terimakasih atas semua bantuannya.

22. Kepada teman-teman KKN, terkhusus Puspitasari dan Gustia Rangga. Terimakasih sudah menjadi teman cerita, teman revisi dan sudah selalu ada pada proses skripsi ini.
23. Teman-teman PSYD 2021 yang sudah menjadi bagian dari cerita kehidupan perkuliahan penulis selama kurang lebih 4 tahun. Terima kasih untuk kebersamaan, kebahagiaan, canda, tawa, dan duka yang tercipta saat kita bersama. Sangat amat bersyukur menjadi bagian dari kelas PSYD 21, semoga kita semua menjadi manusia yang sukses dan berguna dikemudian hari. *See u on top* teman-teman PSYD 21.
24. Kepada teman-teman pengurus KMPS 2023/2024 dan HMJ PS 2022/2023. Terimakasih telah menjadi bagian proses penulis di perkuliahan yang banyak cerita dan kenangannya.
25. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebut satu persatu Namanya. Terimakasih telah menjadi bagian dari proses penulis, sudah bersedia membantu proses penelitian ini, terimakasih atas semua dukungan dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
26. Penulis skripsi ini, Mutiara Putri Purnami. Terimakasih dan apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang sudah di mulai, tidak pernah menyerah, selalu berjuang sampai saat ini, menikmati proses yang bisa di bilang tidak mudah, sesulit apapun rintangan dan masalah yang terjadi saya mampu bertahan. Semoga kelak diri ini menjadi pribadi yang lebih baik dan berguna untuk keluarga dan orang-orang terdekat. Semoga Allah SWT juga selalu meridhoi untuk mencapai kesuksesan dan semua hal yang sedang diri ini usahakan

Purwokerto, 30 April 2025

**Mutiara Putri Purnami**

NIM.214110202221

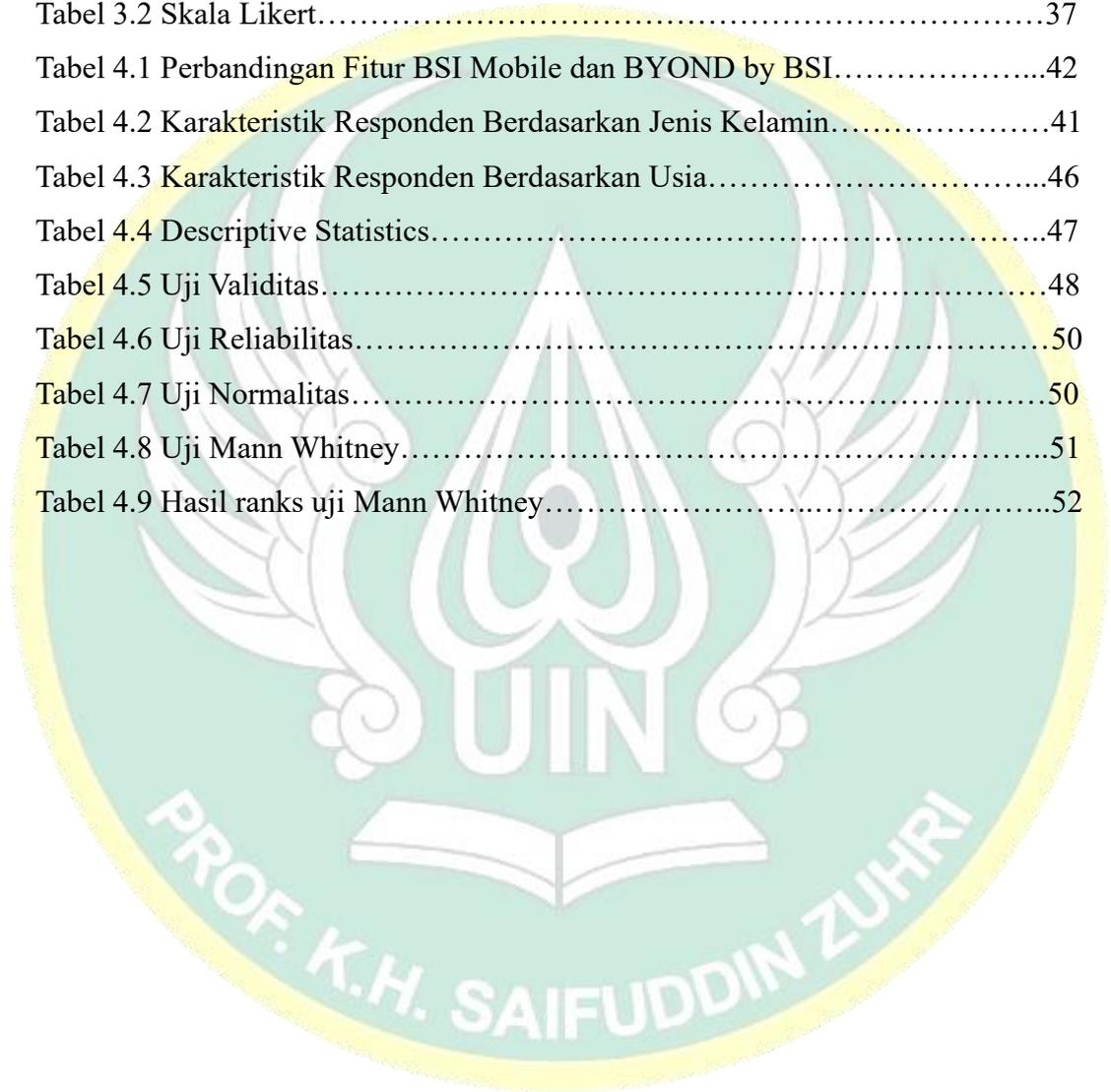
## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Teori.....	11
B. Landasan Teologis.....	23
C. Penelitian Terdahulu.....	28
D. Kerangka Berpikir.....	31
<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Jenis Penelitian.....	34

B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	34
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	35
E. Teknik Pengumpulan Data .....	37
F. Sumber Data.....	38
G. Teknik Analisis Data Penelitian.....	39
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
<b>ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	40
B. Karakteristik Responden Penelitian .....	45
C. Statistik Deskriptif .....	46
D. Uji Instrumen .....	48
E. Uji Asumsi Klasik .....	50
F. Uji Hipotesis .....	51
G. Hasil dan Pembahasan .....	52
<b>BAB V.....</b>	<b>61</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>

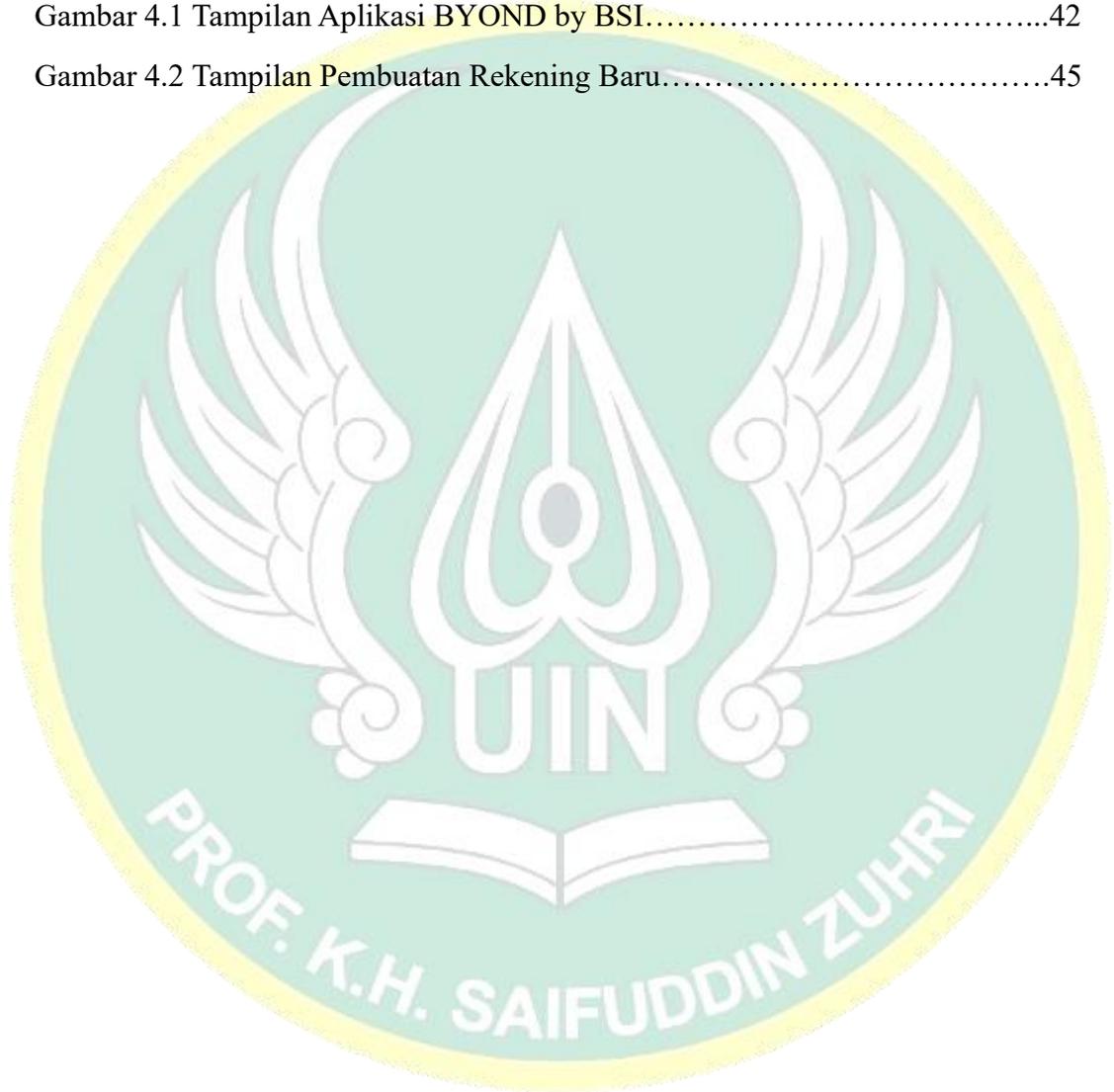
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Aset BSI tahun 2021-2023 .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian .....	36
Tabel 3.2 Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Perbandingan Fitur BSI Mobile dan BYOND by BSI.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Descriptive Statistics.....	47
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	48
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.7 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.8 Uji Mann Whitney.....	51
Tabel 4.9 Hasil ranks uji Mann Whitney.....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Nasabah BSI Tahun 2021-2023.....	4
Gambar 2.1 Struktur Model TAM.....	32
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4.1 Tampilan Aplikasi BYOND by BSI.....	42
Gambar 4.2 Tampilan Pembuatan Rekening Baru.....	45



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan industri keuangan yang semakin pesat membuat lembaga keuangan belom-balomba untuk mendapatkan keuntungan. Saat ini juga perkembangan teknologi sudah semakin maju. Pengaruh kemajuan saat ini memberikan dampak yang signifikan pada salah satu sektor perbankan (Agnia et al., 2021). Perkembangan teknologi yang pesat telah memberikan dampak positif terhadap sektor perbankan syariah. Inovasi dalam sektor keuangan digital telah memperluas akses masyarakat, khususnya pada wilayah yang sulit di jangkau oleh bank konvensional (Tuzzuhro et al., 2023). Penggunaan internet di masyarakat termasuk salah satu contoh adanya kemajuan teknologi (Tartila, 2022).

Digitalisasi memiliki pengaruh yang signifikan karena bisa mengubah cara masyarakat dalam mendapatkan informasi dan layanan secara elektronik. Selain itu, digitalisasi juga berperan dalam mempercepat kemajuan di berbagai bidang. Salah satu contohnya adalah dalam bidang ekonomi, yang mengalami kemajuan dengan cara yang lebih efisien dan efektif. Oleh karena itu, dengan kemajuan teknologi disektor ekonomi, kita didorong untuk terus berinovasi dan menluncurkan produk baru agar tetap relevan di era modern. Sektor industri perlu melakukan perubahan dengan cara yang optimal agar dapat bersaing di era ekonomi digital.

*Fintech* (*Financial Technology*) merupakan hasil perkembangan teknologi di sektor ekonomi, khususnya di lembaga keuangan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman konsumen dan sistem pembayaran menjadi lebih efisien atau memenuhi kebutuhan *financial* mereka. DSN MUI juga telah memberikan dorongan kerjasama antara *fintech* dengan perbankan syariah melalui fatwa DSN-MUI no:117/DSN-MUI/II/2018 menjelaskan mengenai layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan

prinsip syariah, yang mana mendorong percepatan peningkatan pangsa pasar syariah di Indonesia. Perbankan juga lembaga keuangan yang menerapkan ciri-ciri dari perekonomian yang modern (Ismail et al., 2022).

Bank adalah instansi keuangan yang memiliki tanggung jawab untuk melindungi kekayaan masyarakat serta menyalurkan dana tersebut (Hidayat & Humeriatunnisa, 2023) Bank memiliki tiga sumber dana yaitu dana bank itu sendiri, dana masyarakat dan dana pinjaman. Salah satu misi bank adalah meningkatkan taraf hidup masyarakat umum dengan memberikan kredit dalam pinjaman sehingga daya beli atau usaha masyarakat dapat berkembang, dengan demikian pembangunan ekonomi Indonesia akan semakin maju. Bank dari sisi imbalan atau jasa penggunaan itu ada dua, bank konvensional dan bank syariah (Mawaddah, 2015).

Bank konvensional berdiri sebelum adanya bank syariah dan fasilitasnya sudah sangat berkembang. Bank konvensional mengimplementasikan sistem bunga dalam menjalankan fungsinya untuk memperoleh keuntungan atau laba seperti yang sudah diterapkan pada zaman dahulu (Tira Nur Fitria, 2015). Setelah adanya bank konvensional kemudian ada bank syariah. Bank syariah menjalankan kegiatannya sebagai lembaga keuangan perantara (*financial intermediary*) artinya dalam menjalankan usahanya dalam bentuk pembiayaan jasa dan pendanaan (Nurjanah & Hilyatin, 2016). Dalam melaksanakan tugasnya bank syariah menggunakan prinsip syariah serta ekonomi Islam. Dalam kegiatan operasionalnya Bank Syariah Indonesia bebas dari unsur yang dilarang oleh Islam seperti *maisir*, *gharar*, *riba*, *risywah* dan bathil (Mudzakir Ilyas, 2020). Penyaluran dana yang dilakukan oleh bank syariah itu dengan cara investasi dan pembiayaan. Bank syariah menerapkan akad jual beli, sewa, musyarakah dan mudharabah dalam menyelesaikan pembiayaan. Dengan begitu, *Islamic banking* akan memperoleh pendapatan secara pasti. Persamaan dari bank konvensional dan bank syariah yaitu pada tata cara penerimaan uang, pemindahan uang dan syarat-syarat umum untuk memperoleh pembiayaan. Adapun beberapa perbedaan antara kedua bank ini yaitu, pertimbangan hukum, struktur organisasi, bisnis yang dijalankan dan lingkungan kerja (Fitria, 2015).

Bank Syariah Indonesia (BSI) hasil penggabungan dari 3 bank syariah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yakni PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank BNI Syariah (BNIS) dan PT Bank Syariah Mandiri (BSM). Pada Oktober 2020 dilakukan penandatanganan *Conditional Merger Agreement* antar 3 bank, yaitu PT BRIS, PT BNIS dan PT BSM. Setelah penandatanganan kemudian BSI di resmikan pada tanggal 27 Januari 2021. Bank Syariah Indonesia mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang tercantum dalam surat dengan nomor SR-3/PB.1/2021 yang mengatur tentang pemberian izin *merger* dari 3 bank, serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin usaha PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Tujuan pemerintah membentuk Bank Syariah Indonesia ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat keuangan syariah dunia. Bank Syariah Indonesia sudah tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode BRIS yang sudah masuk dalam indeks saham IDX BUMN20 per Februari 2021 (Ulfa, 2021). Adapun perkembangan aset di Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021-2023 sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Perkembangan Aset Bank Syariah Indonesia Tahun 2021-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Aset</b>
2021	10,73%
2022	15,24%
2023	15,67%

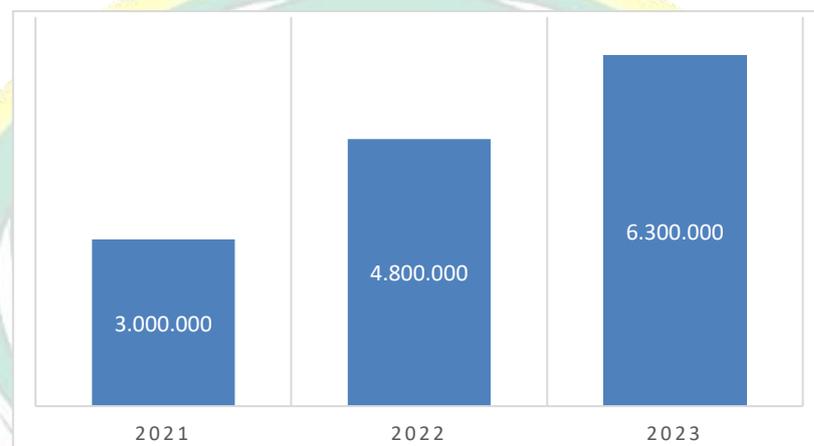
*Sumber : Laporan tahunan pada web Bank Syariah Indonesia*

Berdasarkan data diatas Bank Syariah Indonesia mengalami kenaikan aset yang cukup signifikan. Meskipun terjadi peningkatan aset, aspek penting juga perlu diperhatikan seperti meningkatkan kinerja *profitabilitas*, berkontribusi meningkatkan *Return On Equity* (ROE) yang awalnya 14% menjadi 18%, memfokuskan pada lima hal yaitu *Distribution of the future*, rencana *digital banking*, *wholesale* dan *retail banking* serta meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia (Kunaifi et al., 2022).

Nasabah merupakan seorang yang menjadi pelanggan atau menggunakan jasa perbankan di Bank Syariah Indonesia. Nasabah bank mempunyai rekening

simpanan dan pinjaman di bank syariah, tujuannya agar memudahkan dalam proses transaksi *online* ataupun *offline* (Surinabila et al., 2023). Bank syariah penting meningkatkan kualitas layanan agar dapat mencapai kepuasan nasabah sehingga saling menguntungkan. Adapun jumlah nasabah bank syariah Indonesia sebagai berikut.

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Nasabah Bank Syariah Indonesia**



Sumber : BSI, 2023

Dari data nasabah diatas 2023 mengalami peningkatan jumlah nasabah. Kepuasan nasabah menjadi sangat penting untuk meningkatkan nasabah di bank syariah Indonesia. Oleh karena itu, bank syariah harus memberikan kepuasan terhadap nasabah salah satunya dengan memberikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ini menjadi pondasi dasar untuk mengetahui kepuasan nasabah. Kinerja dari produk di sebuah bank syariah ini semuanya bergantung pada kualitas pelayanan, artinya semakin baik tingkat kualitas pelayanan bank maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah di bank syariah juga (Afaf Azizah et al., 2024). Kunci utama yang menjadi keunggulan daya untuk bersaing juga dilihat dari kualitas pelayanan. Memberikan pelayanan yang baik pada bank syariah Indonesia dapat menjadi keunggulan dari bank yang lainnya. Salah satu cara mendapatkan perhatian dari pelanggan dan pelanggan berpikiran bahwa itu produk yang baik dengan melakukan strategi pelayanan terhadap pelanggan.

Strategi pelayanan terhadap pelanggan juga berpengaruh pada minat nasabah. Minat merupakan sikap jiwa seorang termasuk ketiga fungsi jiwa (kognisi, konasi, emosi) yang tertuju pada sesuatu dari dalam hubungan unsur perasaan yang kuat (Aziz & Hendrastyo, 2020). Minat dapat di realisasikan dengan cara mengarahkan potensi rasio menuju tanggapan seseorang terhadap bidang tertentu. Tanggapan tersebut bisa berupa reaksi internal atau eksternal. Minat ini akan muncul jika kita memiliki bentuk pilihan atau pandangan terhadap suatu hal atau obyek yang dapat dijangkau indera maupun yang terlahir dari pikiran-pikiran individual (Hayati, 2015).

Pelayanan terhadap pelanggan salah satunya dengan pelayanan nasabah dalam pembuatan rekening. Adapun pelayanan yang digunakan untuk pembuatan rekening baru di bank syariah Indonesia saat ini yaitu *direct service* dan *digital service*. Pembuatan rekening baru adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh nasabah dan bank. Tujuan dari nasabah dalam pembuatan rekening agar nasabah tersebut dapat menyimpan uang dengan aman di dalam rekening dan untuk bank tersebut dapat menghimpun dana dari masyarakat atau nasabah (Kusnandi & Lisnawati, 2020).

*Direct service* (pelayanan langsung) merupakan pelayanan yang di lakukan nasabah langsung ke bank. Pelayanan langsung dalam pembuatan rekening ini biasanya langsung di proses oleh *customer service* dan *teller*. Adapun cara pembuatan rekening secara langsung ini sedikit berbeda dengan menggunakan aplikasi BYOND by BSI. Nasabah dapat langsung ke *customer service* dan mengisi form yang telah di sediakan setelah selesai di proses nasabah dapat melakukan setoran awal ke *teller* sebesar Rp100.000,00 untuk mengaktifkan tabungan yang baru di buat. Pelayanan ini sangat memudahkan untuk orang yang belum terbiasa dengan layanan digital karena pelayanan langsung ini bisa langsung di proses. Kekurangan pada pelayanan langsung ini biasanya nasabah harus menunggu antrian, tetapi pada saat ini teknologi sudah canggih perlu ada inovasi dalam menarik dalam pembuatan rekening yaitu dengan cara *digital service*. Untuk mengimbangi kemajuan teknologi yang semakin pesat, perlu

ada inovasi dalam menarik minat salah satunya pembukaan rekening dengan cara *digital service*.

*Digital Service* ini salah satu kemajuan pada perbankan digital. Perbankan digital ini merupakan inovasi dari adanya kemajuan teknologi dimana lembaga keuangan menyediakan layanan perbankan melalui platform teknologi digital, seperti aplikasi *mobile banking*, situs *website* atau yang lainnya. Dalam hal ini nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan, mengakses informasi rekening dan mengelola keuangan mereka tanpa harus datang ke bank. Adapun perbankan digital yaitu, layanan dan transaksi perbankan diakses dan dilakukan melalui platform digital seperti aplikasi ponsel pintar, situs *website*, atau perangkat lainnya yang terhubung dengan internet. Dalam konteks ini, digital mengacu pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih efisien dan mudah diakses oleh nasabah. Layanan-layanan perbankan digital mencakup berbagai aktivitas seperti transaksi keuangan, informasi rekening, edukasi keuangan, pinjaman dan pembiayaan, investasi dan pembukaan rekening (Junaedi et al., 2023).

*Digital Service* (pelayanan tidak langsung) adalah layanan digital perbankan yang memiliki tujuan untuk mempermudah nasabah dalam pembukaan rekening tanpa harus datang ke bank kecuali untuk pengambilan buku tabungan. Aplikasi yang digunakan untuk membuat rekening yaitu BYOND by BSI. Cara membuat rekening secara *digital service* nasabah mengunduh aplikasi BYOND by BSI setelah mengunduh nasabah dapat membuka aplikasinya dan pilih menu “buka sekarang” setelah itu langsung klik “selanjutnya”. Nasabah dapat memilih rekening yang akan di buat, membaca syarat dan ketentuan kemudian klik “saya setuju”. Jika nasabah sudah setuju dapat memilih jenis kartu yang di butuhkan sesuai dengan limitnya. Setelah selesai nasabah dapat melengkapi data diri KTP, NPWP (jika ada) dan tanda tangan. Nasabah dapat melengkapi data tujuan pembuatan rekening, penghasilan, perkiraan menabung dan memilih kantor cabang terdekat untuk membuat buku tabungan. Proses terakhir nasabah membuat kata sandi BYOND

by BSI dan pin. Jika muncul kode verifikasi berarti belum berhasil membuat rekening dan melanjutkan untuk verifikasi menggunakan wajah.

Dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/PJOK03/2018 mengatur tentang pembuatan rekening yaitu penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank konvensional dan bank syariah. Sesuai dengan peraturan yang ada pelayanan digital dapat dilakukan pada bank syariah Indonesia untuk memudahkan nasabah dan menghemat waktu nasabah. Waktu untuk pembukaan rekening pada pelayanan digital kurang lebih 20 menit serta bisa diakses 24 jam (Kurniasih et al., 2023). Layanan *Digital service* pada pembuatan rekening baru dapat membantu pelayanan *direct service* dan dapat mengurangi antrian di bank tetapi pada kenyataannya di bank biasanya masih antri panjang karena nasabah banyak yang belum paham mengenai *digital service* pada pembukaan rekening baru. *Direct service* dan *digital service* pada pembuatan rekening dapat menentukan minat nasabah dalam pembuatan rekening. Oleh karena itu, nasabah dapat menentukan minat nasabah pada *direct service* atau *digital service*.

Berdasarkan hasil wawancara yang saya peroleh, nasabah Bank Syariah Indonesia yang ada di Purwokerto nasabah yang minat pada *direct service* lebih banyak daripada nasabah minat pada *digital service*. Nasabah yang lebih minat pada *direct service* berpendapat bahwa pada pelayanan tersebut lebih cepat dan dibantu langsung oleh *customer service*, tetapi kendala pada pelayanan ini menghabiskan waktu untuk mengantri yang cukup lama. Nasabah juga berpendapat keterbatasan kemampuan teknologi sehingga belum paham mengenai *digital service*. Nasabah yang minat pada *direct service* itu rata-rata usia 25-40 tahun. Sedangkan, pada *digital service* nasabah berpendapat pada saat pembuatan rekening terkadang susah untuk verifikasi wajah, kode OTP tidak ada dan harus mempunyai nomor *handphone* yang aktif karena satu nomor hanya bisa untuk satu rekening saja. Berdasarkan pengalaman peneliti ada banyak orang tua yang tidak mempunyai *handphone* itu dapat menghambat proses pembuatan rekening. Pelayanan ini tidak hanya mengalami kekurangan, namun nasabah juga mengatakan *digital service* ini sangat mudah dipahami,

tidak perlu mengantri ke bank dan bisa di akses dimana saja tanpa membutuhkan waktu yang lama. *Digital service* ini lebih di minati oleh usia 18-25 tahun dan orang yang lebih memahami tentang teknologi. Berdasarkan perbedaan hasil wawancara diatas peneliti memiliki rasa ingin tahu kenapa pada zaman sekarang teknologi semakin maju dan banyak yang sudah ahli menggunakan teknologi, tetapi kenapa kenyataannya didunia perbankan *direct service* lebih diminati daripada *digital service*?

Selain wawancara peneliti juga memiliki beberapa penelitian terdahulu yang membahas terkait perbandingan pelayanan langsung dan pelayanan digital. Diantaranya penelitian yang dilakukan (Maulana & Nasution, 2021) menyatakan bahwa pelayanan langsung lebih di gemari oleh nasabah karena adanya faktor resiko tentang layanan digital. Penelitian yang di teliti oleh (Triyanti et al., 2021) hasil penelitian yaitu adanya pengaruh layanan digital pada minat generasi z dalam menggunakan produk perbankan syariah.

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil penelitian terdapat perbedaan hasil yang merupakan gap yang perlu diteliti lagi nantinya. Penelitian ini merupakan penelitian baru dan belum banyak dikaji dengan menggabungkan antara *direct service* dan *digital service* menggunakan variabel minat nasabah dalam pembuatan rekening baru. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui pelayanan yang di minati oleh nasabah bank syariah Indonesia di daerah Purwokerto. Penelitian ini nantinya akan diberi judul **“Perbandingan *Direct service* dan *Digital Service* Terhadap Minat Nasabah Dalam Pembuatan Rekening Baru di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Apakah ada perbedaan minat nasabah dalam *direct service dan digital service* di Bank Syariah Indonesia?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah pada penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui perbedaan minat nasabah dalam *direct service* dan *digital service* di Bank Syariah Indonesia

### 2. Manfaat Penelitian

Dari tujuan di atas maka diharapkan penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

#### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan teknologi terkait dengan pelayanan *direct service* dan *digital service* dalam pembuatan rekening khususnya nasabah di area Purwokerto, Kabupaten Banyumas.

#### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat di jadikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai perbandingan *direct service* dan *digital service* pada minat nasabah dalam pembuatan rekening baru di Bank Syariah Indonesia.

##### 1) Bagi Peneliti

Sebagai tugas akhir para peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana

##### 2) Bagi Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat sebagai pemberi informasi mengenai pelayanan pembukaan rekening di Bank Syariah Indonesia.

##### 3) Bagi Perbankan

Penelitian ini di harapkan memberikan masukan yang relevan dan berguna bagi perbankan dalam upaya peningkatan performa pelayanan di perbankan dan dapat meningkatkan nasabah.

#### **D. Sistematika Penelitian**

Sistematika penelitian dibuat untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penyusunan hasil penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan sistematika pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bab I, berisi tentang garis besar mencakup latar belakang masalah untuk mengetahui permasalahan pada penelitian ini, rumusan masalah untuk mengidentifikasi permasalahan yang ingin di selesaikan, tujuan untuk menentukan hasil yang di inginkan, manfaat penelitian untuk menjelaskan pencapaian dan kontribusi, sistematika penelitian untuk memberikan panduan dan pemahaman awal mengenai penelitian yang akan di teliti.

Bab II, landasan teori untuk mengetahui landasan teori yang akan digunakan pada penelitian, landasan teologis untuk memberikan keterkaitan dengan Al-Quran mengenai sesuatu yang akan diteliti, kajian pustaka berfungsi untuk mengetahui penelitian terdahulu sebagai bahan acuan untuk penelitian ini, kerangka berpikir dan hipotesis pada penelitian ini.

Bab III, penjelasan mengenai indentifikasi populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan, variabel penelitian yang diteliti, dan metode analisis yang akan digunakan pada penelitian ini.

Bab IV, akan mengenai pembahasan tentang gambaran umum mengenai obyek penelitian, dekripsi data yang dikumpulkan, penjelasan mengenai populasi dan sampel penelitian serta analisis data yang dilakukan untuk menyajikan hasil penelitian.

Bab V, berisi tentang penutup dan kesimpulan yang merangkum secara keseluruhan penelitian, kesimpulan yang mencakup temuan kunci. Serta saran penulis yang relevan yang dapat diambil sebagai rekomendasi untuk penelitian yang akan mendatang. Bagian akhir penelitian yang memberikan arah bagi pembaca dan hasil yang diambil berdasarkan penelitian.

## BAB II

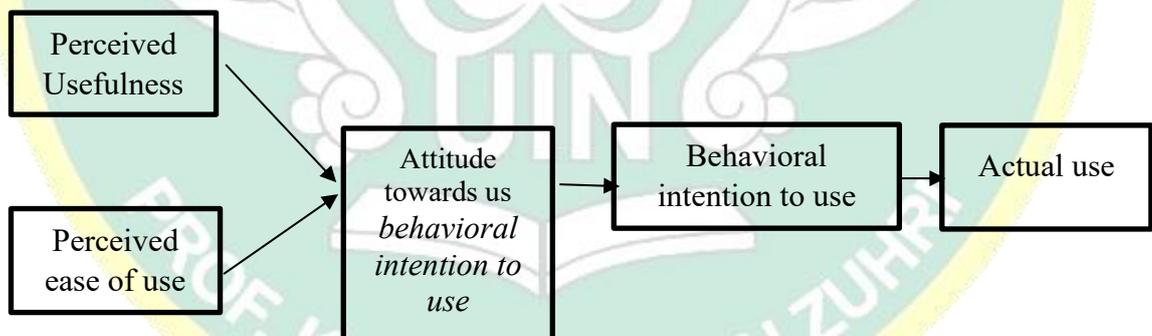
### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) atau penerimaan teknologi adalah salah satu teori tentang sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Teori ini dikenalkan oleh Davis pada tahun 1986 yang merupakan perkembangan dari *Theory of reasoned action* atau TRA oleh Ajzen dan Fishbein (1980). Model TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Santi & Erdani, 2021).

**Gambar 2.1**  
**Struktur model TAM**



Berdasarkan gambar struktur model di atas *Technology Acceptance model* (TAM) itu memiliki 5 konstruk yaitu: *Perceived usefulness* (kegunaan), *Perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), *Attitude toward using technology* (sikap), *Behavioral intention to use* (intensi) dan *Actual technology use* (penggunaan teknologi sesungguhnya). *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan hubungan sebab akibat antara suatu kepercayaan atau keyakinan dengan penggunaan sistem informasi TAM

digunakan untuk memperkirakan atau menjelaskan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Selain itu, TAM digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi (Pratama & Suputra, 2019).

Technologi Acceptance Model (TAM) menjelaskan hubungan sebab akibat antara suatu kepercayaan atau keyakinan dengan penggunaan sistem informasi TAM digunakan untuk memperkirakan atau menjelaskan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. Selain itu, TAM digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan penggunaan teknologi.

a. Persepsi Kegunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Persepsi kemanfaatan (*Perceived Usefulness*) merupakan salah satu konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Davis mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya dalam menyelesaikan tugas-tugas pekerjaan. Artinya, semakin tinggi persepsi seseorang terhadap manfaat dari suatu teknologi, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut akan menerima dan menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitasnya sehari-hari.

Lebih lanjut, Davis (1989) menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan ukuran sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan performa kerjanya. Konsep ini menjadi komponen krusial dalam menjelaskan perilaku penerimaan teknologi karena memiliki pengaruh terhadap sikap pengguna, niat penggunaan, serta penggunaan aktual terhadap teknologi tersebut.

b. Persepsi Kemudahan Pengguna (*Perceived Ease Of Use*)

Persepsi kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*) merupakan salah satu konstruk utama dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang berperan penting dalam menentukan sikap dan niat pengguna terhadap adopsi suatu sistem teknologi. Davis (1989)

mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem teknologi tidak memerlukan upaya yang besar, sehingga sistem tersebut mudah dipahami dan dioperasikan oleh pengguna.

Kemudahan dalam penggunaan sistem teknologi sangat dipengaruhi oleh tingkat kenyamanan dan pengalaman pengguna terhadap perangkat teknologi tersebut. Pengguna cenderung akan menerima suatu teknologi jika mereka merasa bahwa sistem tersebut intuitif, tidak rumit, serta tidak memerlukan pelatihan yang intensif. Dalam konteks ini, persepsi kemudahan berperan sebagai pendorong dalam membentuk persepsi kemanfaatan. Artinya, semakin mudah suatu teknologi digunakan, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna akan menganggap teknologi tersebut bermanfaat dalam membantu tugas atau pekerjaannya.

Menurut teori TAM, persepsi kemudahan memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi kemanfaatan dan sikap terhadap penggunaan teknologi. Dengan kata lain, persepsi bahwa suatu sistem itu mudah digunakan dapat meningkatkan persepsi bahwa sistem tersebut juga bermanfaat (Davis, 1989; Jogiyanto, 2008). Hal ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap teknologi yang mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan tidak memerlukan banyak usaha dalam penggunaannya akan mempercepat proses penerimaan teknologi secara luas. Adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan pengguna (*Perceived Ease of Use*), antara lain sebagai berikut (Palapa & Saifudin, 2021).

- 1) Teknologi informasi yang mudah dipelajari, yaitu sejauh mana pengguna merasa bahwa sistem teknologi dapat dengan cepat dipahami tanpa kesulitan yang berarti.
- 2) Mudah terampil dalam penggunaan teknologi informasi, yaitu persepsi pengguna mengenai kemudahan dalam mengembangkan keterampilan dalam penggunaan sistem teknologi tertentu.

- 3) Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan, yaitu keyakinan bahwa sistem atau aplikasi dapat digunakan secara praktis dan tidak rumit dalam pelaksanaannya sehari-hari.

c. *Attitude Towards Behaviour*

*Attitude towards behavious* merupakan sebuah evaluasi konsumen tentang keterkaitannya menggunakan suatu teknologi.

d. Minat Pengguna (*Behavioral to use*)

*Behavioral to use* merupakan konstruk penting dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Konstruk ini merujuk pada sejauh mana seseorang memiliki kecenderungan atau keinginan untuk menggunakan suatu sistem informasi. Niat perilaku ini merupakan bentuk dari komitmen mental individu terhadap penggunaan teknologi, yang pada akhirnya memengaruhi penggunaan aktual dari sistem tersebut.

Menurut Davis (1989), *behavioral intention to use* tidak hanya menjadi prediktor kuat terhadap perilaku penggunaan teknologi secara nyata (*actual system use*), tetapi juga dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) dan persepsi terhadap kemanfaatan (*perceived usefulness*). Dengan kata lain, ketika seseorang merasa bahwa suatu sistem teknologi bermanfaat dan memiliki sikap positif terhadap penggunaannya, maka akan muncul keinginan atau niat untuk menggunakan sistem tersebut secara berkelanjutan.

Terdapat dua indikator utama yang digunakan untuk mengukur konstruk *behavioral intention to use*, yaitu (Siswoyo & Irianto, 2023)

- 1) Penggunaan sistem untuk menyelesaikan pekerjaan (*carrying out the task*), yaitu sejauh mana individu berniat untuk menggunakan sistem informasi dalam menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya.
- 2) Penggunaan rencana pemanfaatan di masa depan (*planned utilization in the future*), yaitu sejauh mana individu memiliki rencana atau niat untuk menggunakan sistem informasi tersebut secara berkelanjutan di

masa yang akan datang.

e. Pengguna nyata dari sistem (*Actual System Use*)

*Actual System Use* atau penggunaan sistem yang sebenarnya merupakan tahap akhir dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Konstruk ini merujuk pada kondisi nyata di mana seseorang benar-benar menggunakan sistem informasi dalam aktivitasnya, bukan sekadar memiliki niat atau persepsi terhadap sistem tersebut. Dalam konteks ini, *actual use* adalah representasi konkret dari hasil interaksi antara niat perilaku, persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan.

Menurut Davis (1989), penggunaan sistem secara nyata dipengaruhi secara langsung oleh *behavioral intention to use* (niat perilaku untuk menggunakan) dan *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan). Artinya, jika seseorang memiliki niat yang kuat untuk menggunakan sistem dan memercayai bahwa sistem tersebut akan membawa manfaat dalam pekerjaannya, maka kemungkinan besar individu tersebut akan benar-benar menggunakan sistem tersebut dalam praktik, terdapat tiga indikator utama yang digunakan untuk mengukur konstruk *actual system use*, yaitu (Firmansyah et al., 2020)

- 1) Penggunaan sesungguhnya (*actual use*), yaitu sejauh mana pengguna secara nyata memanfaatkan sistem dalam menjalankan tugas atau aktivitas kerjanya.
- 2) Frekuensi penggunaan (*frequency of use*), yaitu seberapa sering pengguna mengakses atau menggunakan sistem dalam kurun waktu tertentu, baik harian, mingguan, maupun bulanan.
- 3) Kepuasan pengguna (*user satisfaction*), yaitu tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna terhadap kinerja sistem, termasuk kemudahan akses, kecepatan proses, dan kontribusi sistem dalam meningkatkan efisiensi kerja.

## 2. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah kegiatan konsumen yang berhubungan dengan proses pembelian barang atau jasa dan pengevaluasian produk yang dilakukan oleh konsumen. Perilaku ini juga mendasari seorang konsumen membuat keputusan pembelian atas produk atau barang yang di inginkan. Perilaku konsumen bersifat rasional dan irasional. Teori perilaku konsumen sangat penting karena untuk mengembangkan strategi dan perkembangan pemasaran yang sukses (Dewi et al., 2022).

Adapun faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut.

### a. Faktor Budaya (*Culture Factor*)

Budaya adalah penentu dasar keinginan serta perilaku seseorang. Orang yang memasarkan benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya disetiap negara untuk memahami cara terbaik dalam memasarkan produk lama dan mencari peluang. Setiap budaya memberikan ciri-ciri sosialisasi bagi anggotanya. Sub-budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok, ras dan wilayah geografis.

### b. Faktor Sosial (*Social Factor*)

Adapun faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status.

#### 1) Kelompok Referensi (*References Group*)

Adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap orang tersebut. Kelompok ini biasanya akan memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang kemudian mereka memengaruhi sikap dan konsep diri dan menciptakan tekanan dan kenyamanan yang dapat memengaruhi pemilihan produk.

#### 2) Keluarga (*Family*)

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga

dalam kehidupan konsumen, yaitu keluarga orientasi dan keluarga prokreasi.

### 3) Peran dan Status (*Role and Status*)

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu dalam mendefinisikan norma perilaku. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan akan dilakukan seseorang dan setiap peran menyandang status.

#### c. Faktor Pribadi (*Personal Factor*)

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti, usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan lingkungan ekonomi, kepribadian, konsep diri dan gaya (Nugraha et al., 2021).

Pada teori perilaku konsumen ini berkaitan dengan penelitian ini untuk menganalisis preferensi, kepuasan dan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah. Nasabah memiliki preferensi yang berbeda terhadap *direct service* dan *digital service*. Persepsi mereka terhadap kenyamanan, keamanan dan kemudahan proses akan memengaruhi minat dalam pembukaan rekening. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa pengalaman sebelumnya, kepercayaan terhadap layanan, serta tingkat literasi digital nasabah dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan pembuatan rekening. Selain itu dalam memilih layanan nasabah dapat termotivasi oleh faktor-faktor yang ada pada teori perilaku konsumen. Adapun indikator untuk mengetahui perilaku konsumen yaitu pemenuhan kebutuhan berdasarkan intensitas, penerapan prinsip ekonomi dalam konsumsi, motif dalam konsumsi, skala prioritas dalam konsumsi dan sikap selektif dalam konsumsi (Hermawan, 2023).

### 3. Teori Teknologi

Menurut Ruttan *Induced Technical Change Theory* bahwa induksi perubahan teknologi merupakan cara efektif dalam peningkatan efisiensi dan produktivitas. Namun, ia juga mengkritik bahwa ketiga pendekatan

utama sedang mendekati jalan buntu dalam menjelaskan kompleksitas perubahan teknologi (Wiratmo, 2003).

Teknologi dalam perbankan juga bertujuan untuk menjangkau nasabah di berbagai lokasi, termasuk di daerah terpencil. Layanan digital salah satu contoh dari perkembangan teknologi. Digitalisasi dapat meningkatkan pengalaman nasabah dengan menyediakan layanan yang lebih *responsive*, serta memberikan sebuah kebaruan layanan perbankan yang beragam kedepannya, perbankan syariah harus semakin mengintegrasikan teknologi dalam seluruh aspek operasionalnya agar dapat bersaing dan memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah. Teknologi yang sekarang dimanfaatkan pada perbankan itu seperti *electronic banking (e-banking)*, *mobile banking*, *internet banking* dan teknologi informasi komunikasi (TIK).

Adapun manfaat penerapan teknologi yaitu untuk membantu perbankan syariah mencapai efisiensi operasional yang lebih baik, menyediakan layanan lebih nyaman, *responsive* dan *personalized* bagi nasabah, mendorong inovasi produk dan layanan baru di perbankan syariah (Laksono & Nisa, 2024). Selain banyak manfaatnya, transformasi digital juga menghadapi tantangan seperti untuk menjaga keamanan data.

#### **4. Direct service**

*Direct service* merupakan pelayanan yang dilakukan langsung oleh nasabah. Pelayanan ini biasanya dilakukan oleh pegawai bank dengan nasabah sesuai dengan kebutuhannya. Pada penelitian ini *direct service* atau pelayanan langsung yang dimaksud itu ketika nasabah membuat rekening bisa langsung ke bank terdekat dan langsung ke *customer service*.

Adapun cara pembuatan rekening yang dilakukan dengan cara pelayanan langsung itu nasabah membawa persyaratan KTP kemudian menyerahkan kepada *customer service* serta nasabah bisa menjelaskan keinginan tujuan membuat rekening sehingga bisa direkomendasikan jenis tabungan yang akan dibuat. Nasabah jika sudah memilih jenis tabungan dapat mengisi formulir yang sudah disediakan oleh *customer service*. Setelah pengisian formulir *customer service* memproses pembuatan

rekening dan *fotocopy* identitas yang di bawa seperti KTP dan NPWP jika ada. Setelah semua proses selesai nasabah bisa mulai setoran awal ke *teller* untuk mengaktifkan rekening dengan minimal setoran awal sebesar Rp100.000,00.

*Direct service* ini masih banyak diminati banyak orang biasanya yang memiliki banyak waktu luang untuk mengantri. Nasabah lebih memilih pelayanan ini karena pelayanannya lebih efektif dan jelas karena nasabah bisa bertemu langsung dengan *costumer service*, jika ada yang kurang jelas dengan adanya *direct service* dapat ditanyakan langsung kepada *costumer service* sehingga rekening bisa cepat di aktifkan.

### **5. Digital Service**

Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum (POJK LPD), layanan perbankan digital merupakan layanan perbankan elektronik dengan mengoptimalkan pemanfaatan data yang dimiliki nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, lebih mudah, dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta dapat dilakukan secara mandiri, dengan tetap memperhatikan aspek pengamanan.

Dalam Panduan Penyelenggaraan *Digital Branch* Otoritas Jasa Keuangan (OJK), layanan digital adalah jasa atau layanan bank yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan menggunakan sarana elektronik atau sarana digital yang dimiliki bank sehingga nasabah dapat memperoleh informasi, berkomunikasi langsung, melakukan pendaftaran, melakukan pembukaan rekening, melakukan transaksi bank, dan melakukan penutupan rekening.

Layanan perbankan berbasis digital merupakan pengembangan layanan perbankan elektronik, beberapa contoh dari layanan perbankan elektronik yang sudah dimiliki oleh bank syariah saat ini diantaranya adalah *Automated Teller Machine (ATM)* dan *Cash Deposit Machine (CDM)*, *phone banking*, *Short Message Services (SMS) banking*, *Electronic Data Capture (EDC)*, *internet banking*, dan *mobile banking* (Aripin et al., 2022).

*Digital service* atau pelayanan digital merupakan pelayanan yang sangat populer di kalangan pengguna ponsel sejak tahun 2007. Layanan Digital menciptakan komunikasi baru yang nyaman dan saluran transaksi keuangan cepat untuk pengguna ponsel. Pelayanan dapat diakses di mana saja, kapan saja (Mawardi & Hasmawaty, 2020).

Bank Syariah Indonesia menerapkan sistem *digital service* salah satunya dengan adanya BSI *Mobile*. Dengan adanya BSI *Mobile* juga memberikan layanan Islami untuk nasabah seperti membayar zakat, mengecek waktu sholat dan lain sebagainya. Selain itu, BSI *Mobile* memberikan kemudahan bagi nasabah agar tidak perlu lagi datang ke kantor cabang untuk melakukan transaksi seperti transfer bisa melalui BSI *Mobile*. Aplikasi ini akan menjadi salah satu teknologi perbankan terlengkap dan praktis untuk memenuhi kebutuhan finansial, sosial dan spiritual nasabah. Hal ini memberikan kualitas layanan yang lebih baik lagi dan membuat nasabah lebih berminat menggunakan layanan digital. BSI *Mobile* ini juga dapat melakukan pembuatan rekening baru tanpa harus datang ke bank langsung (Samsudin et al., 2023).

Pada bulan November 2024 BSI *melaunching* aplikasi BYOND. Aplikasi tersebut merupakan transformasi dari aplikasi BSI *Mobile*. Hery mengatakan “BYOND by BSI hadir didukung teknologi dan infrastruktur IT yang mumpuni karena mencakup pengembangan teknologi baru, peningkatan keamanan *cyber* dan infrastruktur”. Direktur teknologi informasi BSI Saladin D.Effendi mengatakan “Di BSI kami terus melakukan transformasi digital harus cepat mengadopsi teknologi yang ada. BYOND didesain untuk memberikan pengalaman perbankan yang lebih relevan bagi generasi muda, khususnya yang ingin proses transaksi serba cepat dan mudah”. BYOND by BSI menjadi pembeda dari BSI *Mobile* yaitu, pengkinian teknologi, modernisasi tampilan aplikasi, re branding, metode kerja baru dan ekosistem.

*Digital Service* pada penelitian ini yaitu mengenai pelayanan *digital* pada pembukaan rekening bank syariah Indonesia. Adapun cara pembukaan rekening melalui aplikasi BYOND by BSI sebagai berikut.

1. Instal aplikasi BYOND by BSI di *playstore*
2. Buka aplikasi, klik belum punya rekening

3. Pilih jenis tabungan yang akan kita gunakan. Adapun jenis tabungan tersebut *easy wadiah* dan *easy mudharabah*.
4. Buat akun lengkapi nama dan nomor *handphone*
5. Masukkan kode OTP dan masukan kode yang dikirim di email
6. Buat *password* untuk login
7. Scan KTP dan lengkapi data nasabah
8. Verifikasi wajah

Kelebihan *digital service* proses pembuatan rekening bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa perlu datang ke kantor cabang, mengurangi biaya transportasi, meminimalisir waktu karena tidak perlu mengantre di bank. Selain itu, Adapun kekurangan pembuatan rekening melalui *digital service* seperti rentan terhadap serangan *cyber*, penipuan, kendala teknis dan kesulitan bagi orang yang tidak bisa teknologi.

## 6. Pembuatan Rekening

Rekening adalah catatan pembukuan bank atas produk simpanan yang dibuka oleh nasabah perorangan atau kelompok pada bank baik dalam rupiah maupun mata uang asing atas dasar permohonan tertulis dari nasabah atau melalui permohonan nasabah melalui sistem e-banking milik bank. Adapun cara dalam pembuatan rekening ini sesuai dalam ketentuan umum yang sudah ditetapkan (Sri & Sfenrianto, 2022). Pembuatan rekening yang biasa dibuat oleh nasabah seperti Pembuatan rekening bisa melalui aplikasi BSI *mobile* dengan menyiapkan nomor HP yang masih aktif dan terpasang di *handphone* serta menyiapkan KTP untuk verifikasi. Setelah berhasil pembuatan rekening melalui BSI *mobile* bisa langsung ke *customer service* untuk mencetak buku rekening serta melakukan setoran awal sesuai dengan tabungan yang dibuat melalui *teller*.

## 7. Minat Nasabah

Minat merupakan perasaan senang dan tertarik pada suatu kegiatan atau obyek, kesenangan itu cenderung untuk memperhatikan dan akhirnya aktif dalam kegiatan tersebut. Seseorang yang memiliki minat maka akan memperhatikan secara konsisten (Mursalini & Yadewani, 2020). Menurut

UU RI No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah. Pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Perbankan, nasabah dibedakan menjadi tiga sebagai berikut.

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah dan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara bank syariah dan nasabah yang bersangkutan.
- c. Nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana berdasarkan prinsip syariah (Gusvita & Salwa, 2023).

Menurut Schiffman Leon (2008), minat nasabah merupakan pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif menjadi hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan factor sosial budaya. Minat menjadi nasabah dalam hal ini bisa diartikan sebagai minat beli. Minat beli merupakan komponen perilaku dalam sikap konsumsi (Mursalini & Yadewani, 2020).

Minat nasabah diartikan sebagai rasa ingin tahu yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menabung di bank syariah antara lain pelayanan dan pelayanan. Religiusitas merupakan pengabdian kepada agama. Religiusitas yang tinggi dapat menjadi penyebab rendahnya nasabah menabung di bank syariah. Selain faktor itu, ada faktor pelayanan. Kualitas pelayanan dalam perbankan sebagai suatu proses evaluasi. Apabila pelayanan di bank syariah baik, dapat menarik minat nasabah (Astuti, 2019).

## **8. Bank Syariah Indonesia**

Menurut UU no. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau hukum Islam. Prinsip syariah meliputi prinsip keadilan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*) dan tidak

mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *kezaliman* dan benda haram sebagaimana diatur dalam fatwa tersebut dari Majelis Ulama Indonesia. Bank syariah memiliki peran yang sama dengan bank konvensional yaitu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Namun, terdapat satu hal yang membedakannya yaitu prinsip syariah Islam, demokrasi ekonomi, serta prinsip kehati-hatian yang menjadi pedoman sistem operasi bank syariah itu sendiri (Muawari et al., 2024).

## B. Landasan Teologis

Kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah memiliki hubungan erat dalam perbankan syariah. Nasabah akan merasa senang jika memperoleh layanan yang baik sebaliknya, nasabah akan merasa kecewa jika layanan yang di peroleh tidak sesuai. Menurut Kotler dan Keller, semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Dalam Al-Qur'an pada surat Al-Baqarah ayat 267 menegaskan bahwa Islam sangat memperhatikan pelayanan yang berkualitas bukan memberikan pelayanan buruk.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ  
وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

*Artinya: “ Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji”.*

Menurut Thorik G dan Utus (2006), pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantarkan atau melayani melainkan juga mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkokoh posisi di dalam *minde share* konsumen. Adanya keduanya maka loyalitas konsumen semakin kokoh (Kurniasih et al., 2023).

Tolak ukur kualitas pelayanan dalam Islam disebut dengan standarsasi syariah. Inilah kemudian di jadikan standar penilaian. Adapun standar penilaian pada pelayanan yang pertama adalah daya tanggap (*responsiveness*) dan

menepati komitmen sebagaimana disebut dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ لِّ اللَّهِ  
يُحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji! Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.”

Profesional sebagaimana disebut dalam bekerja, Allah SWT. berfirman pada surat Al-Insyirah ayat 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya: “Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain).”

Kedua, (reliability) keandalan sebagaimana dicontohkan Nabi Muhammad SAW. dalam Al-Qur'an surat Al-Ahza ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah.”

Ketiga, jaminan (assurance), dapat diberikan berupa keamanan, kenyamanan, kejujuran dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. surat Asy-Syu'ara ayat 181-182.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain dan timbanglah dengan timbangan yang benar”.

Adiwarman Karim tahun 2003 menjelaskan bahwa baik buruknya pelaku menentukan sukses bisnis gagalnya bisnis yang dijalankan. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam surat Ali-Imran Ayat 159

فَمَا رَمَوْهُ مِنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَكُنْ لَهُمْ وَكُوفٌ فَأَلَّ عَلَيْهِمُ اللَّهُ لِيَتَقَرَّبَ إِلَى اللَّهِ حَتَّى يُبَاطِلَ أَعْمَالَهُمْ  
وَيُؤْتِيَهُمُ الْغُلَامَ السَّيِّئَ الْحَمِيمَ ﴿١٥٩﴾

*Artinya: “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”*

Keempat, perhatian (*emphathy*), bentuk perhatian yang diajarkan Islam harus dilandaskan pada iman dalam rangka mengabdikan kepada Allah SWT. Hal ini sesuai dengan surat Al-Nahl ayat 90.

لِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

*Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat.”*

Kelima, kemampuan fisik (*tangible*) misalnya santun dalam berbusana sebagaimana Al-Qur’an surat Al-A’raf ayat 26.

بَيِّ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْءَ بَيْتِكُمْ وَرَبِّسًا وَلِبَاسَ التَّقْوَىٰ ذَلِكَ خَيْرٌ ذَلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ

*Artinya: “Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). Akan tetapi, pakaian takwa itulah yang paling baik, demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat.”*

Pelayanan langsung dalam perbankan syariah sangat berpengaruh pada nasabah, karena pada pelayanan ini nasabah yang akan berkomunikasi secara langsung pada *customer service* dan *teller*. Jadi, keduanya harus memberikan pelayanan dan memberikan petunjuk kepada nasabah.

Allah SWT. berfirman pada surah Al Imron ayat 159.

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَأْمُرْ لَتَفْنَطِ الْقُلُوبَ لَآ تَقْضُوا مِنْ حَوْلِكُمْ فَاعْبُدُوا اللَّهَ وَاسْتَعِينُوا بِهِ  
وَسَاوِرُهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*Artinya: “Maka karena rahmat Allah SWT. kamu bersikap lemah lembut terhadap mereka. Niscaya mereka akan menjauhkan diri dari orang-*

*orang disekelilingmu, oleh karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun kepada mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah SWT. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal”.*

Solusi kritis terhadap kualitas pelayanan pada bank syariah adalah peningkatan kualitas produk dan layanan dianggap sebagai faktor yang sangat penting. Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank syariah harus berorientasi pada nasabah. Hal ini berkaitan dengan harapan masyarakat, ingin mendapatkan hubungan baik dengan bank yang nyaman dan mudah dalam bertransaksi (Agustin et al., 2023).

Pelayanan secara langsung yang di terapkan pada perbankan itu dengan menerapkan 3S Senyum, Sapa, Salam. Seperti hadist yang diriwayatkan oleh Tirmizi tentang pentingnya tersenyum. Senyuman adalah sambutan yang hangat dari apapun.

تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ

*Artinya: “Senyummu di depan sudaramu adalah sedekah bagimu”* (HR.Tirmidzi).

Pada hadist di atas sudah di jelaskan memberikan senyuman kepada saudara kita adalah sedekah. Senyuman memberikan energi positif bagi orang tersebut. Konsep pelayanan di perbankan pada hadist ini memberikan senyuman pada nasabah artinya, pada saat *front office* sedang melakukan pelayanan harus dengan senyuman dan berkata yang lembut sehingga nasabah menjadi nyaman saat berkomunikasi menyampaikan keluhan nasabah. *Front office* harus memberikan senyuman pada saat berinteraksi dengan nasabah. Tetap memberikan senyuman hangat walaupun keadaan lelah. Memiliki suara lembut dan santun dalam berbicara kepada nasabah. Artinya, sikap *front office* pada pelayanan yang sopan dan ramah dapat menjunjung profesionalisme (Sinaga et al., 2018).

Adapun ciri pelayanan dalam Islam ada 6 sebagai berikut.

1. Jujur, adalah sikap tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengarang fakta, tidak mengkhianati dan tidak pernah mengingkari janji. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surah Asy-Syu'ara ayat 181-183.
2. Bertanggung jawab dan amanah yaitu sikap dalam menjalankan usaha yang selalu bertanggung jawab dan Amanah.
3. Tidak curang yaitu sikap sangat mulia dalam menjalankan usahanya, tidak pernah berbuat curang, seperti Pratik bisnis dan perdagangan yang diterapkan Nabi Muhammad Saw. tidak pernah curang.
4. Menepati janji dan tidak berbuat curang merupakan sikap pelaku usaha yang selalu menepati janji baik kepada pembeli maupun antar sesama pelaku usaha.
5. Melayani dengan rendah hati (*khidmah*), yaitu sikap ramah, sopan, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
6. Tidak melupakan akhirat, yaitu dalam menjalankan usahanya hendaknya tidak terlalu menyibukkan diri semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat (Agustin et al., 2023).

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi saat ini perbankan telah menerapkan sistem pelayanan secara digital untuk memudahkan nasabah tidak harus datang ke bank langsung. Allah SWT. juga memberikan kemudahan kepada umatnya dalam melakukan segala urusan. Seperti firman Allah SWT. pada surah Al-A'la ayat 8

وَيُبَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

*Artinya: "Kami akan melapangkan bagimu jalan kemudahan (dalam segala urusan).*

Ayat Al-Qur'an diatas menjelaskan mengenai kemudahan yang diberikan kepada umatnya. Dengan adanya teknologi manusia dapat dengan mudah melakukan segala sesuatu. Teknologi menjadi hal yang sangat penting bagi kehidupan saat ini. Pelayanan *digital service* adalah salah satu kemudahan yang ada untuk mempermudah nasabah.

Allah SWT memberikan berbagai kemudahan kepada yang membantu sesamanya. Maka, dari itu OJK terus mendukung era digitalisasi pada perbankan syariah. Digitalisasi menjadi perhatian penting dalam industri perbankan guna mendorong pertumbuhan perbankan syariah. Deputi Komisioner Pengawas Perbankan OJK, Mulya Effendi Siregar menilai, agar bank syariah bisa kompetitif dengan perbankan konvensional perlu melakukan pembenahan dalam akses jaringan teknologi informasi perbankan. Hal tersebut dilakukan guna memudahkan pelayanan kepada nasabah (Ubaidillah & Anggih Dea, 2023).

Adanya pelayanan dapat menumbuhkan minat nasabah dalam pembukaan rekening di Bank Syariah Indonesia. Minat dalam pandangan Islam yaitu pada Al-Qur'an surat Al-'Alaq ayat 1 yang berbunyi:

إِذَا بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

*Artinya: "Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan."*

Ayat tersebut memerintahkan kita agar membaca, maksudnya membaca bukan hanya membaca buku, tetapi membaca semua aspek yang artinya kita memahami apa yang kita minat dalam kehidupan ini. Pada penelitian ini berkaitan dengan menentukan sebuah pilihan dalam hal menentukan pelayanan dalam perbankan pada saat kita membuka rekening.

### C. Penelitian Terdahulu

Menurut Taylor dan Procter (2010), menjelaskan bahwa kajian Pustaka (*literatur rivew*) yaitu kegiatan mengamati dan membahas ulang pada *literatur* yang memiliki topik sama pada penelitian yang akan diteliti dan sudah dipublikasikan oleh peneliti sebelumnya. Menurut Amirin kajian pustaka berfungsi untuk memilih permasalahan yang akan digunakan pada topik peneliti, untuk menyelesaikan permasalahan dan memberikan dasar pada penelitian (Mahanum, 2021). Berikut beberapa hasil penelitian yang relevan pada penelitian ini.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Judul Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Nora Maulana & Muhammad Syafril Nasution, Analisis Komparatif Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan BSI Perbankan Langsung dan <i>Mobile Banking</i> ” 2021	<i>Mobile banking</i> digunakan pada 131 mahasiswa sedangkan yang tidak menggunakan <i>mobile banking</i> sebanyak 149 mahasiswa dan penarikan tunai ada enggunaan layanan BSI <i>mobile banking</i> berjumlah 131 mahasiswa dan tarik tunai itu contoh transaksi yang sering digunakan.	1. Variabel yang digunakan pada penelitian ini “Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas” 2. Subjek penelitian pada penelitian ini mahasiswa sedangkan penelitian yang akan di teliti itu nasabah BSI. 3. Metode penelitian yang digunakan <i>mixmethode</i> sedangkan pada penelitian yang akan di teliti hanya menggunakan metode kuantitatif.	Alat analisis kuantitatif yang digunakan.
2.	Andi Mawardi & Hasmawaty A.R, Pengaruh Pelayanan Digital dan Pelayanan Konvensional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih, 2020.	Terdapat pengaruh positif signifikan pada kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Dramaga Bogor.	1. Pada judul menggunakan pengaruh yang hanya fokus pada dampak variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan penelitian yang akan di teliti itu perbandingan untuk membandingkan. 2. Variabel dependen pada penelitian ini tentang kepuasan	Metode penelitian yang digunakan metode kuantitatif

			nasabah, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti itu tentang pembuatan rekening baru di BSI. 3. Objek pada penelitian bank konvensional sedangkan yang akan diteliti itu bank syariah.	
3.	Eneng Kurniasih, Tubagus Rifqi, Miftakhul Anwar, Analisis Pembukaan Rekening <i>Online</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Dramaga Bogor, 2023.	Strategi pelayanan pembukaan rekening online pada tabungan BSI <i>easy</i> mudharabah dalam menarik nasabah dilakukan dengan cara promosi.	Penelitian itu fokus pada pembuatan rekening online sedangkan penelitian yang akan diteliti itu mengenai pembuatan rekening online dan pembuatan rekening secara langsung melalui <i>costumer service</i>	1. Metode penelitian kuantitatif. 2. Studi kasus pada nasabah Bank Syariah. 3. Variabel independen pada penelitian ini sama dengan variabel dependen pada penelitian yang akan datang.
4.	Fauziah Amarani, Strategi Pelayanan Pembukaan Rekening Online Pada Produk Tabungan BSI <i>Easy</i> Mudharabah dalam Menarik minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Medan Aksara, 2024	Strategi pelayanan pembukaan rekening <i>online</i> pada tabungan BSI <i>easy</i> mudharabah dalam menarik nasabah di lakukan dengan cara promosi	1. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif. 2. Penelitian ini hanya tentang strategi pembuatan rekening online.	Sama membahas tentang pelayanan pembuatan rekening online.
5.	Lia Chairunisa, Rahmayanti, Pengaruh Layanan	Adanya pengaruh signifikan	Variabel dependen tentang kepuasan nasabah bukan	1. Menggunakan metode penelitian

	Digital dan Non Digital Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia), 2022.	variable layanan digital dan non digital terhadap kepuasan nasabah.	pembuatan minat pembuatan rekening.	kuantitatif. 2. Variabel independen sama yaitu tentang layanan digital dan non digital.
6.	Siti Bahtiar, Miswan Ansori, Analisis Layanan Digital dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah di Kabupaten Jepara, 2024.	Pelayanan digital dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KCP Jepara.	1. Penelitian ini hanya membahas tentang layanan digital bukan perbandingan antara layanan langsung dengan layanan digital 2. Variabel independen tentang loyalitas nasabah	Metode penelitian kuantitatif.

*Sumber : Data sekunder diolah dari berbagai sumber, 2024*

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu, yang mana terdapat persamaan dan perbedaan, Persamaan terbesar pada variabel yaitu mengenai pelayanan perbankan dan perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian terdahulu fokus pada pelayanan langsung dan tidak langsung terhadap minat menabung, sedangkan pada penelitian ini pelayanan langsung dan pelayanan tidak langsung pada minat pembukaan rekening baru.

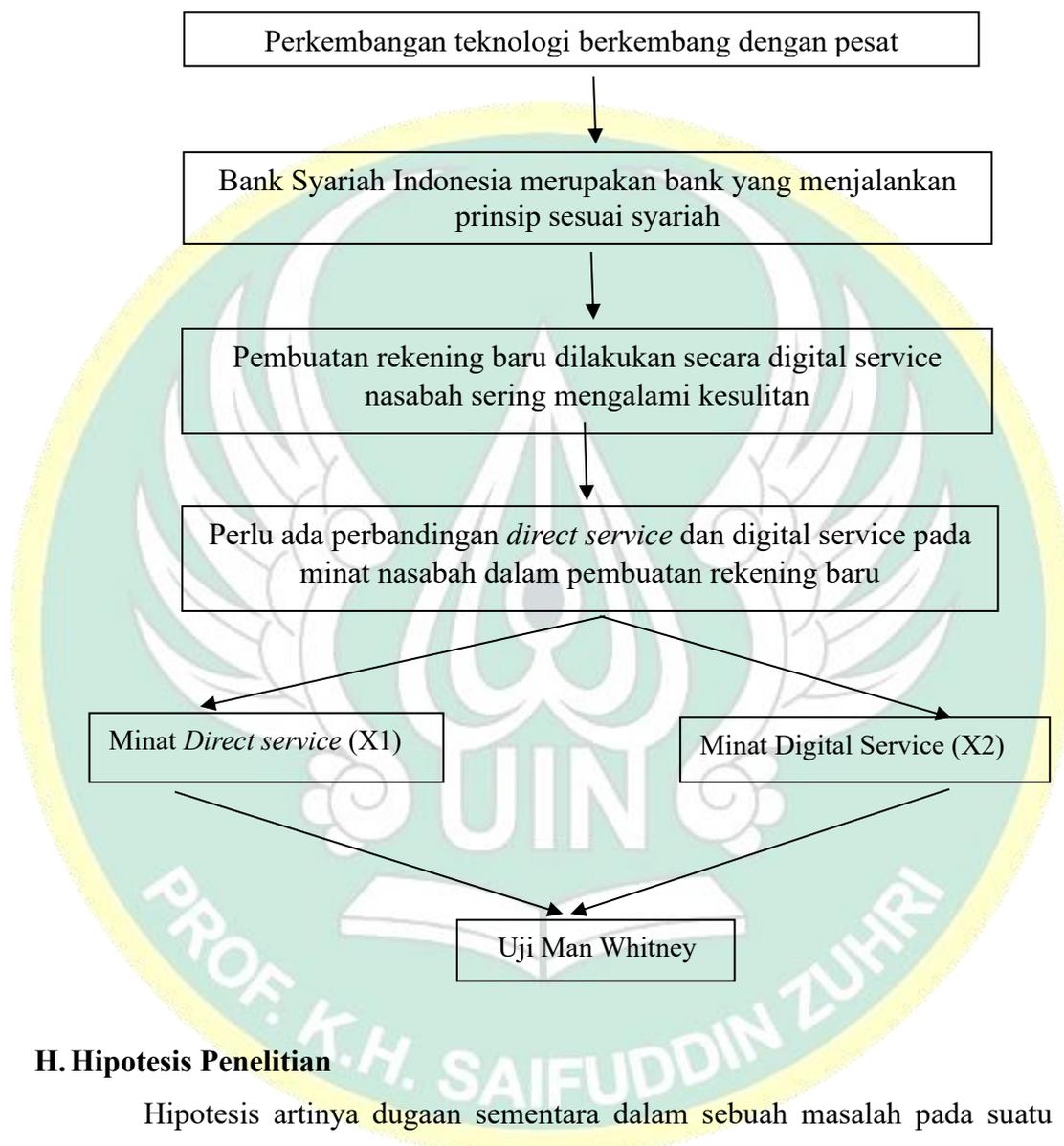
#### **D. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir adalah suatu rancangan yang digunakan untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian yang sudah dibuat. Kerangka berpikir dibuat dalam bagian-bagian penting yang dikerjakan terlebih dahulu. Kerangka berpikir ini merupakan dasar pemikiran dari penulisan atau penelitian yang disusun secara fakta, observasi dan kajian pustaka (Ahmad et al., 2023).

Kerangka berpikir pada penelitian ini dimulai dari gambaran umum, obyek penelitian yang akan diteliti yaitu bank syariah Indonesia, setelah obyek ada masalah yang menelatar belakang penelitian ini, solusi yaitu tentang

perbandingan pelayanan *direct service* dan *digital service*, penjabaran semua variabel yang ada pada penelitian ini.

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berpikir**



## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis artinya dugaan sementara dalam sebuah masalah pada suatu penelitian kuantitatif dan seorang peneliti membuktikan keabsahannya pada penelitian. Sedangkan pada penelitian ilmiah, hipotesis adalah suatu pernyataan yang sementara dan bersifat logis tentang suatu populasi (Waruwu, 2023). Sumber dari hipotesis yaitu tujuan dan rumusan masalah yang sudah ada.

Dalam penelitian (Mursalini & Yadewani, 2020) adanya pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan langsung terhadap minat menabung nasabah.

Sedangkan pada penelitian (Rosidah et al., 2024) pengaruh positif pembukaan rekening online terhadap keputusan menabung nasabah. Berdasarkan kajian teori dan penelitian sebelumnya. Adapun hipotesis pada penelitian ini yaitu:

**Ho:** Tidak ada perbedaan antara minat nasabah dalam *direct service* dan *digital service*

**H1:** Ada perbedaan antara minat nasabah dalam *direct service* dan *digital service*



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian menggunakan pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik pada proses analisis data dan menarik kesimpulan. Data kuantitatif yaitu dalam bentuk angka dan hasil pengamatannya dapat dihitung (Ananda & Fadhli, 2018). Dapat disimpulkan penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data berupa angka dan ilmu pasti untuk menjawab hipotesis penelitian (Waruwu, 2023).

Dalam penelitian survey ini, menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban responden mengenai perbandingan antara variabel independent atau bebas (X) terhadap variabel dependen/terikat (Y).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia di area Purwokerto, Kabupaten Banyumas. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2025-April 2025.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

Menurut Sugiyono tahun 2022, populasi adalah wilayah secara umum pada penelitian, arti dari wilayah seperti subjek dan objek yang nantinya akan ditarik kesimpulan. Populasi berarti elemen yang menyeluruh pada penelitian ini seperti objek dan subjek penelitian yang menjadi target kesimpulan pada akhir penelitian (Amin et al., 2023). Seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto menjadi populasi pada penelitian ini.

Sampel adalah anggota pada jumlah dan jenis yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2013). Sampel adalah sekelompok orang yang dipilih dari populasi Sebagian nasabah di Purwokerto menjadi sampel pada penelitian ini. Proses pengambilan sampel berfungsi untuk memahami karakteristik seseorang untuk menjadi sampel (Swarjana, 2022). Teknik pada penelitian ini *non*

*probability sampling* pada jenis *purposive sampling*. Teknik ini merupakan sebuah metode sampling *non random sampling* (Lenaini, 2021). Menurut Notoamojo (2010), teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan suatu pertimbangan, ciri-ciri atau karakteristik yang sudah ditentukan pada suatu populasi (Kumara, 2018).

Adapun karakteristik pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Nasabah BSI di Area Purwokerto
2. Usia 17-60 Tahun
3. Mempunyai rekening BSI

Dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi dalam penelitian ini, maka untuk menentukan jumlah sampelnya menggunakan rumus Wibisono dalam (Ruhamak & Syai'dah, 2018). Rumus penghitungan sebagai berikut :

$$n = \left( \frac{(Z\alpha/2)\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$z\alpha/2$  = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

$\sigma$  = Standar deviasi populasi

e = Tingkat kesalahan penarikan sampel = 5%

$$n = \left( \frac{(Z\alpha/2)\sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left( \frac{(1,96 \cdot 0,25)}{5\%} \right)^2 = 96,04 = 100$$

Berdasarkan dari hasil hitung dengan menggunakan rumus penelitian wibisono, hasil untuk sampel yaitu 96,04 dan peneliti bulatkan menjadi 100 responden.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

##### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu orang, objek atau kegiatan yang bervariasi yang menarik untuk diteliti dan dipelajari kembali kemudian dibuat suatu kesimpulan (Ariani et al., 2023). Pada penelitian ini terdapat 2 jenis variabel sebagai berikut.:

- a. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *direct service* (X1), *digital service* (X2).

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu minat nasabah.

## 2. Indikator Penelitian

Indikator penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner dibagikan kepada nasabah di Bank Syariah Indonesia, di Purwokerto, Banyumas.

**Tabel 3.1**

**Variabel dan Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	<i>Direct service</i>	<i>Direct service</i> merupakan pelayanan langsung yang dilakukan nasabah. Pada pelayanan ini nasabah langsung ke bank dan langsung berinteraksi kepada <i>costumer service</i> dan <i>teller</i> mengenai keperluan nasabah.	1. <i>Tangible</i> (Berwujud) 2. <i>Emphaty</i> (Perhatian) 3. <i>Responsivenes</i> (Cepat Tanggap) 4. <i>Reability</i> (Keandalan) 5. <i>Assurance</i> (Kepastian) (Solichin et al., 2019).
2	<i>Digital Service</i>	<i>Digital service</i> merupakan pelayanan digital yang diberikan oleh perbankan dalam memanfaatkan teknologi. Pelayanan ini bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Pembuatan rekening melalui <i>digital service</i> bisa di lakukan di BSI <i>mobile</i> .	1. <i>Accessibility</i> 2. <i>Helpfulness</i> 3. <i>Personalization</i> 4. <i>Problem solving</i> (Madjid et al., 2023).

3.	Minat Nasabah	Menurut (Schiffman, Leon. Kanuk, 2008) minat nasabah merupakan pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif menjadi hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.	1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif  (Halim et al., 2022).
----	---------------	--	---

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner/Angket

Teknik kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang ditujukan untuk mengajukan pertanyaan atau pernyataan yang perlu di jawab oleh responden (Sugiyono, 2013). Pengukuran variabel ini menggunakan skala *likert*. Pada skala *likert* variabel dijadikan sebagai titik untuk menyusun instrumen yang dapat berbentuk pertanyaan atau pernyataan. Ada 5 pilihan jawaban yang akan tersedia pada kuesioner yang akan disebarakan kepada responden, sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

**Skala Likert**

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Ragu (R)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

Keterangan :

- a. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- c. Skor 3 untuk jawaban Ragu (R)
- d. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)

e. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)

## 2. Observasi

Observasi merupakan pengambilan data dengan cara melihat atau mengamati sendiri kejadian dialami responden. Penulis akan melakukan penelitian langsung ke lapangan, dilakukan dengan pengamatan langsung mengenai perbandingan pelayanan BSI pada nasabah. Menurut Sutrisno Hadi, metode observasi ini dilakukan dengan cara pengamatan serta pencatatan yang sistematis pada suatu masalah yang akan diteliti. Jadi, Teknik observasi itu pengamatan serta pencatatan yang dilihat oleh panca indra kemudian hasilnya akan diteliti lebih lanjut. Observasi ini bisa dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung (Hasibuan et al., 2023).

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data yang melibatkan analisis berbagai jenis dokumen atau sumber tertulis. Seperti buku, jurnal, catatan, laporan, surat, situs web dan sebagainya. Metode ini berguna untuk mengeksplorasi sejarah, menganalisis kebijakan, melakukan penelitian *literatur* dan memahami perkembangan dalam berbagai pengetahuan (Ahmad et al., 2023).

## F. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto. Setelah itu, data tersebut digabungkan dengan data sekunder dari buku, jurnal maupun internet. Adapun dua jenis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dihasilkan dari lapangan yang dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini yaitu didapatkan dari pengisian kuesioner oleh nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto.

## b. Data Sekunder

Data sekunder data yang ada dan telah dipublikasikan kepada masyarakat. Data sekunder pada penelitian ini yaitu buku, jurnal dan internet.

## G. Teknik Analisis Data Penelitian

Pada penelitian yang akan diteliti untuk menguji variabel dengan uji validitas dan uji realibilitas serta aplikasi SPSS untuk pengolahan datanya.

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen, dimana uji ini berfungsi untuk mengetahui valid atau tidak validnya setiap instrumen pertanyaan dalam kuesioner. Adapun nilai signifikasi pada uji validitas ini 0,05. Apabila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka instrumen kuesioner valid. Sedangkan, jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel maka instrumen kuesioner tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas untuk mengukur konsistensi sebuah indikator pada variabel. Uji ini dilakukan setelah terbukti validitas sebuah indikator. Apabila memiliki *Alpha Cronbach* lebih dari 0,06 ( $>0,06$ ) dikatakan reliabel. Tingkatan reabilitas dengan kriteria *alpha* 0,80-1,0 = Reabilitas

### 2. Uji Asumsi Klasik

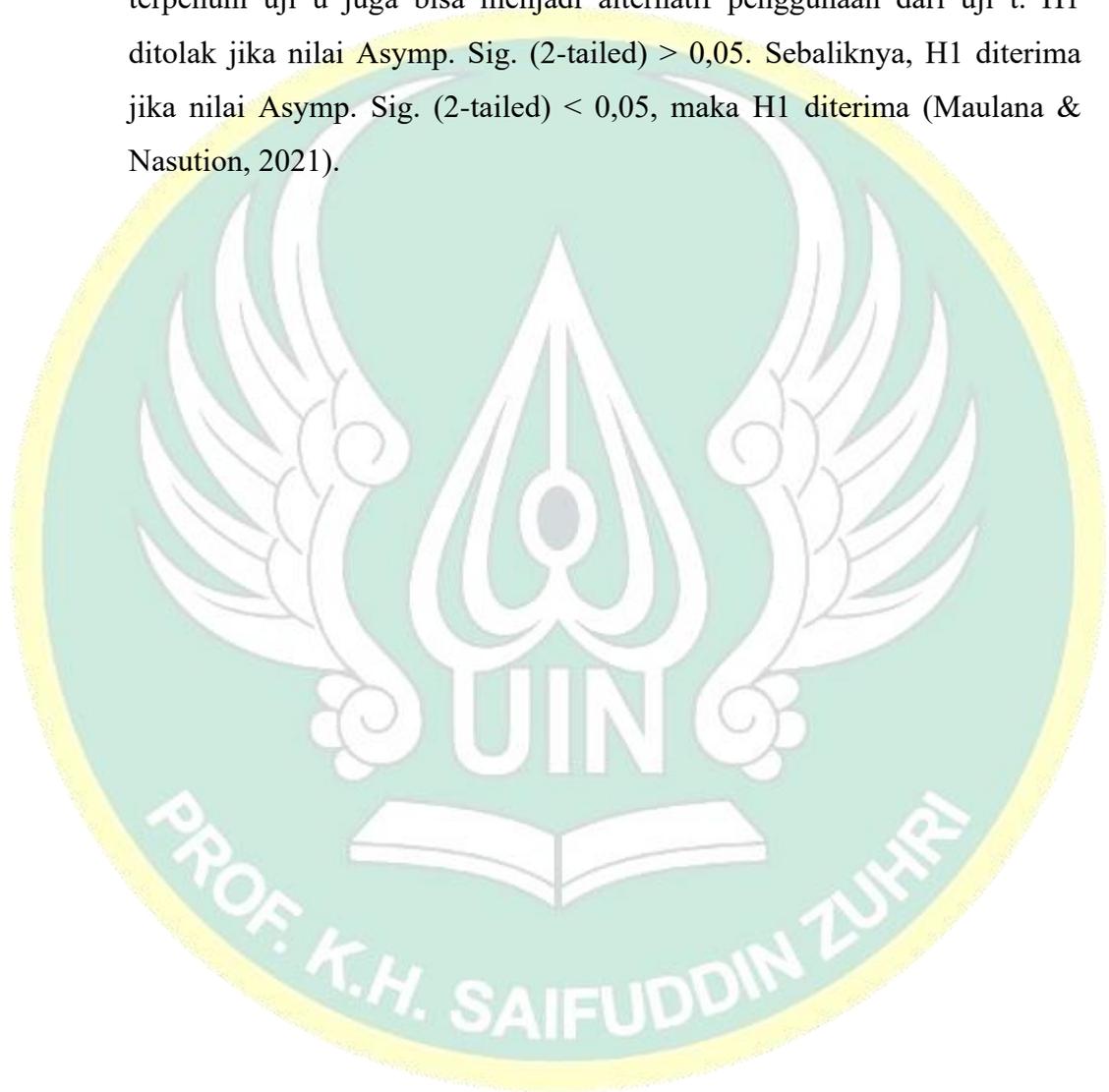
#### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah proses statistik yang digunakan untuk menentukan apakah sebuah sampel data atau distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Tujuan dari uji normalitas ini adalah untuk memeriksa apakah data berasal dari populasi yang berdistribusi secara normal atau tidak (Kurniawan et al., 2024). Uji normalitas ini penting dalam analisis data karena keakuratan dan interpretasi hasil dari Teknik statistik parametrik bergantung pada asumsi bahwa data terdistribusi secara normal. Jika data tidak memenuhi asumsi normalitas, penggunaan teknik statistik non parametrik (Kurniawan et al., 2024). Pada penelitian ini uji non parametrik yang digunakan yaitu uji mann whitney.

### 3. Uji Hipotesis

#### Uji Mann Whitney (Uji U)

Uji Mann Whitney merupakan jenis uji statistik non parametrik dimana uji ini berfungsi untuk membandingkan antara 2 variabel independen yang tidak homogenitas, jika syarat parametriknya belum terpenuhi uji u juga bisa menjadi alternatif penggunaan dari uji t. H1 ditolak jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $> 0,05$ . Sebaliknya, H1 diterima jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $< 0,05$ , maka H1 diterima (Maulana & Nasution, 2021).



## BAB IV

### ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI)

##### 1. Sejarah Bank Syariah

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank syariah ini di resmikan oleh presiden Joko Widodo di Istana negara. Bank Syariah merupakan hasil *merger* antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Izin *merger* yang dikeluarkan OJK secara resmi melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Setelah surat keluar selanjutnya pada 1 Februari 2021 Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Pemegang saham BSI yaitu, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya pemegang saham masing-masing dibawah 5%. Adapun kelebihan menggabungkan ketiga bank syariah ini menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. BSI di dorong untuk bersaing di tingkat global.

Bank Syariah Indonesia merupakan ikhtiar atar lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Aalamiin*).

Potensi bank syariah Indonesia terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar didunia ikut membuka peluang. Dalam hal ini, Bank Syariah Indonesia sangat penting hadir karena,

bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan negeri (PT Bank Syariah Indonesia).

## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

### Visi

Top 10 *Global Islamic Bank*

### Misi

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

## 3. Aplikasi BYOND by BSI

Perbankan digital mengacu pada pemanfaatan teknologi untuk melakukan transaksi perbankan dengan cepat dan lancar. Digital banking telah menggunakan istilah-istilah seperti *electronic banking*, *internet banking*, dan *online banking*. Selain itu, perbankan digital telah mengubah layanan perbankan menjadi lebih efisien dan kompetitif dengan keunggulan (Shabri et al., 2020).

Layanan pembukaan rekening di Bank Syariah Indonesia bisa melalui dua cara, yaitu langsung ke *customer service* dan buka rekening melalui aplikasi. Bank Syariah Indonesia menghadirkan aplikasi *BSI mobile*. *BSI mobile* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi keuangan dengan lebih mudah tanpa harus datang ke bank. Pada

aplikasi BSI *mobile* nasabah juga dapat melakukan pembuatan rekening. Bulan November 2024 BSI *melaunching* aplikasi BYOND. Aplikasi tersebut merupakan tranformasi dari aplikasi BSI *Mobile*. BYOND by BSI ini termasuk layanan *mobile banking* milik bank yang dapat dimanfaatkan nasabah pengguna untuk melakukan transaksi melalui jaringan internet dengan sarana telepon seluler atau komputer yang dimiliki oleh nasabah. Kedua aplikasi ini memiliki perbedaan fitur sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Perbandingan fitur BSI *mobile* dan BYOND by BSI**

<b>Fitur</b>	<b>BSI <i>Mobile</i></b>	<b>BYOND by BSI</b>
Tampilan antar muka	Sederhana	Modern
Kecepatan transaksi	Cenderung lambat saat beban tinggi	Lebih cepat dan stabil
Fitur baru	Terbatas	<i>Budgetplaner, QRIS, dan investasi</i>
Keamanan	Autentikasi dasar	Autentikasi <i>biometric</i>
Kenyamanan pengguna	Kurang optimal	Lebih baik, ramah pengguna baru

*Sumber: Data sekunder, 2025*

Dari tabel 4.1 diatas terdapat perbedaan fitur BSI *Mobile* dan BYOND by BSI. Bank Syariah Indonesia resmi meluncurkan aplikasi BYOND by BSI sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat akan layanan jasa perbankan dan keuangan yang semakin maju di era digital (Shabri et al., 2020).

**Gambar 4.1**  
**Tampilan aplikasi BYOND by BSI**



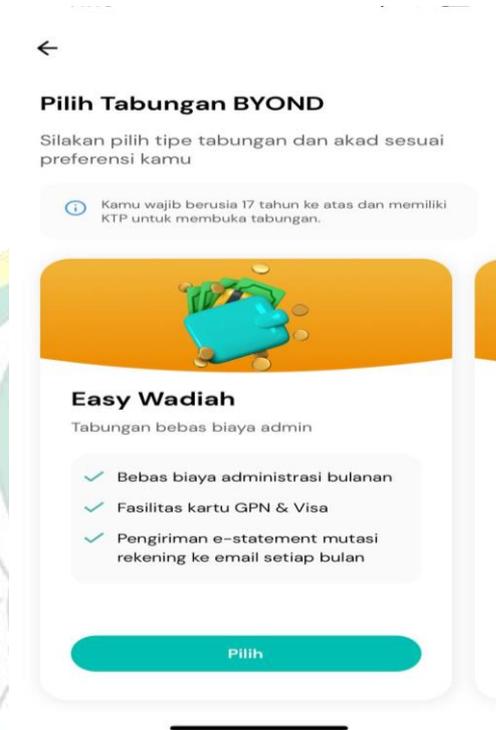
BYOND by BSI berfokus pada fitur transaksional. Fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi ini pada tampilan halaman awal yaitu informasi rekening, transfer, bayar dan beli, QRIS, berbagi, dan menu yang berisi berbagai fitur. BYOND by BSI juga menawarkan fitur untuk memudahkan nasabah, selain itu pada aplikasi BYOND by BSI juga nasabah bisa membuat rekening baru. Berikut merupakan penjelasan fitur-fitur dalam aplikasi BYOND by BSI:

- a. Informasi saldo. Fitur ini memudahkan nasabah melihat saldo yang ada pada tabungannya sendiri.
- b. Portofolio. Fitur ini berisi mengenai dana, investasi dan pembiayaan.
- c. Notifikasi. Fitur ini memudahkan nasabah terkait informasi tranfer atau tarik dana pasti ada di notifikasi transaksi dan informasi.
- d. Transfer. Fitur ini memudahkan nasabah mengirim uang ke rekening bank lainnya ataupun ke rekening BSI tanpa harus ke ATM atau ke bank langsung. Transfer bisa dilakukan secara online ataupun transfer SKN/kliring/ BI Fast selama 24 jam.
- e. Bayar & Beli. Fitur ini berisi mengenai e-wallet, pulsa dan paket data, *virtual account*, PDAM, PLN, BPJS, internet/ TV kabel, akademik, angsuran, asuransi, aqiqah, hasanah *card*, pelayanan pemerintah seperti PGN, MPN dan PBB. Pada fitur ini nasabah yang akan melakukan pembayaran atau pembelian bisa melalui fitur ini sudah lengkap. *Top up e-wallet* seperti *shoppepay*, dana, OVO, pembayaran akademik seperti UKT (Uang Tunggal Kuliah), bahkan sampai pembayaran pelayanan pemerintah juga bisa di BYOND BSI melalui fitur ini kebutuhan nasabah semua tercukupi tanpa harus keluar rumah.
- f. QRIS. *Quick Response Indonesian Standard* atau QRIS adalah kode QR yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk pembayaran. Dengan memanfaatkan teknologi QR *Code*, pembayaran menjadi lebih cepat dan mudah. Sekarang semua *merchant* dan bank digital telah memiliki layanan ini demi menunjang terciptanya *cashless society*. Melalui aplikasi BYOND by BSI, nasabah juga bisa menggunakan fitur QRIS ini pada saat nasabah belanja. Nasabah cukup *scan*

kode QR yang sudah di sediakan penjual dan trasaksi bisa selesai dengan cepat tanpa takut tidak ada kembalian

- g. Berbagi. Fitur ini berisi tentang zakat, infaq, wakaf, dan donasi. Nasabah bisa melakukan zakat, infaq, wakaf dan donasi ke suatu yayasan dengan menggunakan fitur berbagi pada aplikasi BYOND by BSI. Disitu juga ada kalkulator yang bisa menghitung secara benar berapa zakat yang harus disisihkan berdasarkan besaran pendapatan nasabah.
- h. Menu. Fitur ini berisi mengenai produk, keuangan dan Islami. Fitur ini berisi tentang layanan islami. Bank Syariah Indonesia tidak hanya memberikan layanan dalam hal keuangan, tetapi juga menyediakan layanan bagi nasabah yang ingin melakukan ibadah dimana saja dan kapan saja. Fitur Islami ini berisi mengenai Al-Qur'an, lokasi masjid atau mushola terdekat pada lokasi nasabah tersebut, arah kiblat jika nasabah tidak mengetahuinya dan asmaul husna.
- i. Pembukaan rekening. Nasabah bisa melakukan buka rekening *online* melalui BYOND by BSI. Rekening yang bisa dibuka secara *online*, yaitu tabungan easy mudharabah, tabungan easy wadiah, tabungan haji dan lain sebagainya. Adapun cara pembukaan rekening melalui aplikasi BYOND by BSI.
  1. *Instal* BYOND by BSI di *playstore*
  2. Pilih belum punya rekening
  3. Pilih tabungan yang akan dibuka
  4. Lengkapi data diri dan foto KTP
  5. Setelah selesai verifikasi wajah
  6. Membuat password dan pin aplikasi
  7. Setelah semua langkah selesai dan muncul nomor rekening nasabah bisa ke bank syariah untuk memproses buku tabungan dan ATM.

**Gambar 4.2**  
**Tampilan Pembuatan Rekening Baru**



## B. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil survey penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form* dan penyebaran kuesioner secara *offline* yang di laksanakan pada BSI KCP Banyumas Sokaraja yang dilakukan secara seluruh *online* dan *offline* pada tanggal 25 Februari 2025 hingga 26 Maret 2025 terhadap 100 nasabah BSI di Area Purwokerto. Peneliti dapat menentukan karakteristik responden. Karakteristik responden tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini merupakan karakteristik responden nasabah berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.2**

**Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	31	31%
2.	Perempuan	69	69%
Total			100%

*Sumber: Data primer yang diolah SPSS, 2025.*

Dari tabel diatas hasil uji karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih besar dibandingkan dengan laki-laki, dengan 69 responden perempuan dengan persentase 69% dan 31 responden laki-laki dengan persentase sebesar 31%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini merupakan karakteristik responden berdasarkan usia.

**Tabel 4.3**

**Karakteristik responden berdasarkan usia**

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	17-20 Tahun	12	12%
2.	21-25 Tahun	74	74%
3.	26-30 Tahun	2	2%
4.	31-40 Tahun	6	6%
5.	40-50 Tahun	4	4%
6.	>50 Tahun	2	2%
	Total	100	100%

*Sumber : Data primer yang diolah SPSS, 2025.*

Dari tabel 4.3 di atas berdasarkan usia diketahui responden dengan usia 21-25 tahun lebih besar daripada responden usia 17-20 tahun, 26-30 tahun, 31-40 tahun, >50 tahun. Responden usia 17-20 tahun dengan persentase 12%, 21-25 tahun dengan persentase 74%, 26-30 tahun dengan persentase 2%, 31-40 tahun dengan persentase 6%, 41-50 tahun dengan persentase 4% dan >50 tahun dengan persentase 2%.

## C. Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan dasar seperti nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, standar deviasi dan komponen lainnya yang terkait dengan setiap variabel yang diteliti. Dalam lingkup penelitian ini, 100 responden diambil sebagai sampel, dengan fokus pada variabel *direct service*, *digital service* dan minat nasabah. Berikut adalah hasil dari analisis statistik yang dilakukan.

**Tabel 4.4**  
*Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	4.08	.884
X1.2	100	1	5	4.02	.864
X1.3	100	2	5	4.09	.767
X1.4	100	2	5	4.10	.759
X1.5	100	1	5	4.18	.796
X1.6	100	2	5	3.96	.803
X1.7	100	1	5	4.00	.876
X1.8	100	2	5	4.00	.791
X1.9	100	2	5	4.12	.715
X1.10	100	2	5	4.14	.739
TotalX1	100	20	50	40.69	6.413
X2.1	100	1	5	3.77	.973
X2.2	100	1	5	3.83	.888
X2.3	100	2	5	3.98	.791
X2.4	100	2	5	4.12	.769
X2.5	100	1	5	4.04	.790
X2.6	100	2	5	3.86	.829
X2.7	100	2	5	3.95	.809
X2.8	100	1	5	3.94	.851
TotalX2	100	18	40	31.49	5.353
Y1	100	1	5	3.95	.833
Y2	100	1	5	4.04	.887
Y3	100	2	5	3.95	.821
Y4	100	2	5	4.02	.804
Y5	100	2	5	3.99	.810
Y6	100	2	5	4.27	.649
Totally	100	13	30	24.22	3.561
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.5, dapat dibaca bahwa seluruh butir pertanyaan variabel terdiri dari 100 responden, yang mana indikator Y6 dan X1.5 memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,27 dan 4,18 yang artinya nasabah sudah terbantu dengan adanya pelayanan ini dan menunjukkan bahwa karyawan BSI dalam memberikan pelayanan saat pembukaan rekening sudah baik. Sedangkan indikator yang memiliki rata-rata paling rendah yaitu X2.1 sebesar 3,77 dengan pernyataan

merasa mudah menghubungi menemukan fitur untuk membuka rekening pada aplikasi BYOND. Berikut merupakan interpretasi hasil uji statistik deskriptif:

1. Pada variabel X1 yang memiliki rata-rata tertinggi adalah indikator X1.5 sebesar 4,18 dengan skor minimal 1 dan maksimal 5 menunjukkan bahwa karyawan BSI dalam memberikan pelayanan saat pembukaan rekening sudah baik. Selain itu, jumlah skor total variabel X1 memiliki nilai rata-rata sebesar 40,69 dengan minimal total skor 20 dan maksimal skor 50.
2. Pada variabel X2 yang memiliki rata-rata tertinggi adalah indikator X2.4 yaitu sebesar 4,12 dengan skor minimal 2 dan maksimal 5 menunjukkan bahwa fitur pada aplikasi BYOND by BSI sudah membantu dalam pembuatan rekening baru. Selain itu, jumlah skor total variabel X2 memiliki nilai rata-rata sebesar 31,49 dengan minimal total skor 18 dan maksimal skor 40.
3. Pada variabel Y yang memiliki rata-rata tertinggi adalah indikator Y6 yaitu sebesar 4,27 dengan skor minimal 2 dan maksimal 5 pelayanan yang nasabah pilih sudah dapat membantu dalam pembuatan rekening baru. Selain itu, jumlah skor total variabel Y memiliki nilai rata-rata sebesar 24,22 dengan minimal total skor 13 dan maksimal skor 30.

#### D. Uji Instrumen

##### 1. Uji validitas

Uji validitas adalah alat pengukur data suatu penelitian sampai dinyatakan benar atau valid. Apabila nilai rhitung  $>$  rtabel, maka pernyataan dinyatakan valid dan apabila rhitung  $<$  rtabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini bertujuan untuk menentukan besarnya rhitung dan rtabel. Dalam penelitian ini, uji validitas pada 100 responden dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25. Berikut data hasil uji validitas pada penelitian ini:

**Tabel 4.5**

##### Uji Validitas

Variabel	No Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
<i>Direct service</i> (X1)	1	0,703	0,196	Valid
	2	0,838	0,196	Valid

	3	0,815	0,196	Valid
	4	0,843	0,196	Valid
	5	0,848	0,196	Valid
	6	0,863	0,196	Valid
	7	0,831	0,196	Valid
	8	0,772	0,196	Valid
	9	0,747	0,196	Valid
	10	0,762	0,196	Valid
<i>Digital Service (X2)</i>	1	0,850	0,196	Valid
	2	0,861	0,196	Valid
	3	0,885	0,196	Valid
	4	0,707	0,196	Valid
	5	0,738	0,196	Valid
	6	0,821	0,196	Valid
	7	0,846	0,196	Valid
	8	0,670	0,196	Valid
Minat Nasabah (Y)	1	0,821	0,196	Valid
	2	0,784	0,196	Valid
	3	0,847	0,196	Valid
	4	0,835	0,196	Valid
	5	0,845	0,196	Valid
	6	0,201	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25, 2025.

Berdasarkan dari hasil uji validitas pada tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk kuesioner dalam penelitian memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , pada penelitian ini menggunakan 100 responden maka  $r_{tabel}$  bernilai 0,195. Sehingga dapat dikatakan seluruh item pernyataan pada tiap indikator variabel pada variabel *direct service* (X1), *digital service* (X2) dan minat nasabah (Y) dapat memenuhi kriteria valid. Oleh karena itu, kuesioner dapat dimasukkan ke dalam analisis selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mempeoleh gambaran mengenai kebenaran yang nyata atau mengukur konsistensi kuesioner. Dalam menguji reliabilitas instrumen dalam variabel penelitian ini menggunakan dasar nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Jika nilai koefisien lebih dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel. Adapun hasil reliabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	r <sub>kritis</sub> = 0,60	Keterangan
<i>Direct service</i> (X1)	0,938	0,60	Reliabel
<i>Digital Service</i> (X2)	0,918	0,60	Reliabel
Minat	0,833	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 25, 2025.

### E. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan menilai sebaran data pada sebuah kelompok atau variabel, dengan adanya uji normalitas ini bisa dilihat apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Penelitian menggunakan *uji one sample kolmogrov-smirnov* dengan taraf sig 0,05. Adapun pada uji ini menggunakan dasar sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi < 0,05% maka tidak terdistribusi dengan normal pada distribusi data.
2. Jika nilai signifikansi >0,05% maka terdistribusi dengan normal pada distribusi data.

**Tabel 4.7**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.93254556
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	.048
	Negative	-.090

Test Statistik	.090
Asymp. Sig. (2-tailed)	.047 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

*Sumber : Data primer yang diolah, 2025*

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 5.1 diatas, dapat diketahui nilai Asymp. Sig (2 tailed) sebesar 0,047. Dalam hal ini nilai signifikansi < dari 0,05 maka data yang digunakan berdistribusi tidak normal. Oleh karena itu, pada penelitian ini dapat melanjutkan ke tahap berikutnya dengan menggunakan uji beda yaitu pada uji mann whitney.

## F. Uji Hipotesis

### Uji Mann Whitney

**Tabel 4.8**  
**Uji Mann Whitney**

Test Statistiks <sup>a</sup>	
	Pelayanan
Mann-Whitney U	1338.500
Wilcoxon W	6388.500
Z	-8.973
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000
a. Grouping Variable: minat_nasabah	

*Sumber: Data Primer, diolah 2025.*

Berdasarkan *output test statistiks* di atas, diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000. Maka nilai tersebut < 0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tingkat minat nasabah dalam pembuatan rekening baru pada kualitas pelayanan *direct service* dan *digital service*.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Ranks Uji Mann Whitney**

	minat_nasabah	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Pelayanan	Direct_service	100	137.12	13711.50
	Digital_service	100	63.89	6388.50
	Total	200		

*Sumber: Data Primer, diolah 2025.*

Berdasarkan hasil diatas, diketahui bahwa nilai *mean rank* pelayanan *direct service* sebesar 137.12 sedangkan pelayanan *digital service* sebesar 63.89. Maka disimpulkan bahwa adanya perbedaan tingkat minat nasabah pada kedua kualitas pelayanan tersebut terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto.

## **G. Hasil dan Pembahasan**

### **Perbedaan Minat Nasabah dalam *Direct service dan Digital Service***

Berdasarkan hasil uji mann whitney (uji beda) yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan mean rank *direct service* sebesar 137.12 dan *digital service* sebesar 63.89 yang berarti menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara keduanya. Dari hasil tersebut dapat di simpulkan bahwa **H1 diterima** karena nilai Asymp sig (2-tailed) sebesar  $0,000 < 0,05$  **Ho ditolak**.

Rata-rata peringkat (mean rank) pada pembukaan rekening secara langsung tinggi dibandingkan dengan pelayanan digital, menunjukkan bahwa nasabah lebih cenderung memilih layanan *direct service* daripada *digital service*. Adapun indikator yang digunakan penelitian ini pada variabel *direct service* yaitu *Tangible* (Berwujud), *Emphaty* (Perhatian), *Responsivenes* (Cepat Tanggap), *Assurance* (Kepastian) dan *Reability* (Keandalan) yang masing-masing indikator berjumlah dua pertanyaan. Berdasarkan penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan oleh peneliti, rata-rata jawaban dari sebagian nasabah yang mengisi itu pada skor 4 dan 5 yaitu setuju dan sangat setuju.

*Tangible* (Berwujud) adalah daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan dalam menunjang segala sesuatu dalam melakukan pekerjaan (Solichin et al., 2019) Pada indikator ini memuat dua pernyataan yaitu mengenai penampilan karyawan BSI dan fasilitas di BSI. Berdasarkan pernyataan yang telah disebar melalui kuesioner pada pernyataan pertama yang menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 4 orang, ragu 17 orang, setuju 42 orang dan sangat setuju 36 orang. Selanjutnya, pada pernyataan pertama kedua yang menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 4 orang, ragu 18 orang, setuju 46 orang dan sangat setuju 31 orang. Artinya, pada indikator ini karyawan BSI dan fasilitas sudah baik dalam pelayanan pembuatan rekening baru. Pelayanan bank syariah pihak bank di tuntut agar dapat memuaskan nasabah dengan pelayanan yang sabar, ramah dan santun. Pelayanan dan etika dalam perbankan syariah sangat penting karena akan menciptakan simpati baik dari bank persaingan (Henny Saraswati et al., 2023).

*Emphati* (Perhatian) adalah bentuk perhatian dari pihak bank kepada nasabah. Berdasarkan pernyataan kuesioner nasabah menjelaskan bahwa nasabah merasakan perhatian yang cukup baik dalam pembukaan rekening melalui *customer service*. Sikap cepat dan tanggap juga sudah diberikan oleh pihak bank. Memberikan sikap perhatian dengan menjalin interaktif kepada nasabah maka nasabah merasa dihargai dan merasakan kedekatan antara nasabah dan pihak bank. *Emphati* karyawan ini dapat meningkatkan layanan yang dapat memberi kemudahan serta menciptakan hubungan baik dengan nasabah dalam jangka panjang (Juwita et al., 2020). Pada pernyataan pertama yang menjawab sangat tidak setuju 3 orang, ragu 16 orang, setuju 50 orang dan sangat setuju 31 orang. Sedangkan, pada pernyataan kedua yang menjawab tidak setuju 1 orang, ragu 21 orang, setuju 45 orang dan sangat setuju 33 orang. Berdasarkan jawaban pernyataan kuesioner nasabah merasa puas dengan pelayanan *customer service* dan karyawan memberikan perhatian yang cukup pada pembuatan rekening baru.

*Responsiveness* adalah kesediaan dan kemampuan pihak bank untuk membantu nasabah dan merespon permintaan nasabah, serta menginformasikan kapan jasa diberikan dan memberikan jasa tepat waktu. Dalam hal ini pihak bank harus memiliki sifat yang cepat tanggap kepada nasabah. Pada pernyataan pertama yang menjawab sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 1 orang, ragu 15 orang, setuju 45 orang dan sangat setuju 38 orang. Sedangkan pada pernyataan kedua yang menjawab tidak setuju 5 orang, ragu 19 orang, setuju 51 orang dan sangat setuju 25 orang. Berdasarkan hasil kuesioner nasabah sudah merasakan bahwa karyawan BSI cepat dalam merespon keluhan nasabah.

*Assurance* merupakan karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggan. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan, menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah nasabah (Solichin et al., 2019). Pada pernyataan pertama yang menjawab sangat tidak setuju 2 orang, tidak setuju 3 orang, ragu 17 orang, setuju 49 orang dan sangat setuju 29 orang. Sedangkan pada pernyataan kedua yang menjawab tidak setuju 6 orang, ragu 13 orang, setuju 42 orang dan sangat setuju 22 orang. Berdasarkan jawaban dari pernyataan tersebut nasabah sudah merasa terjaga keamanannya.

*Reliability* merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati serta memberikan informasi-informasi yang terkait dengan bank melalui berbagai media (Juwita et al., 2020). Pada pernyataan pertama yang menjawab tidak setuju 1 orang, ragu 17 orang, setuju 51 orang dan sangat setuju 31 orang. Pada pernyataan kedua yang menjawab tidak setuju 3 orang, ragu 12 orang, setuju 53 orang dan sangat setuju 32 orang.

Berdasarkan hasil kuesioner diatas mengenai *direct service*. Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan pembukaan rekening baru melibatkan faktor eksternal dan internal. Dalam pelayanan

langsung, interaksi tatap muka antara nasabah dan pihak bank memberikan kesempatan bagi bank untuk membangun kepercayaan dan memberikan edukasi tentang produk syariah, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan nasabah untuk membuka rekening baru (Juwita et al., 2020).

Selain *direct service* pada penelitian ini ada variabel X2 yaitu *digital service*. Adapun indikator yang digunakan pada variabel ini yaitu *Accessibility*, *Helpfulness*, *Personalization* dan *Problem solving*. Indikator itu yang digunakan dalam pembuatan kuesioner pada penelitian ini.

*Accessibility* yaitu kemudahan nasabah dalam mengakses produk, *problem solving* yaitu perasaan nasabah bahwa permasalahannya diselesaikan oleh pihak bank. *Helpfulness* yaitu perasaan nasabah mengenai kemudahan dalam meminta bantuan. *Personalization* yaitu perasaan nasabah bahwa dirinya merasakan perlakuan atau fasilitas yang membuat nasabah nyaman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi nasabah dalam pembukaan rekening baru di Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui aplikasi BYOND by BSI cenderung masih mengalami hambatan, khususnya dalam aspek kemudahan dan kepercayaan. Meskipun perkembangan teknologi telah mendorong perbankan digital ke arah otomatisasi dan efisiensi, kenyataannya sebagian besar nasabah tetap memilih untuk melakukan pembukaan rekening secara langsung di kantor cabang. Hal ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi belum sepenuhnya mampu menggantikan peran layanan tatap muka, terutama bagi segmen masyarakat tertentu yang masih mengalami keterbatasan dalam penggunaan teknologi.

Dalam konteks teori perilaku konsumen, keputusan seseorang dalam memilih produk atau layanan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan sosial, seperti motivasi, persepsi, pengalaman sebelumnya, serta karakteristik pribadi seperti usia dan tingkat pendidikan. Sejalan dengan teori ini, nasabah cenderung termotivasi untuk memilih layanan yang memberikan rasa aman, mudah dipahami, dan responsif terhadap kebutuhan mereka secara langsung. Layanan langsung memungkinkan adanya komunikasi interpersonal, kejelasan informasi, serta solusi cepat terhadap permasalahan teknis, yang

belum tentu dapat diperoleh secara maksimal melalui aplikasi digital. Dari segi persepsi, banyak nasabah, terutama yang berusia di atas 40 tahun, menganggap bahwa pembukaan rekening melalui aplikasi rentan terhadap kesalahan teknis seperti gagal unggah dokumen, proses verifikasi wajah yang tidak berhasil, serta kesulitan memahami alur aplikasi yang dirasa kompleks. Hal ini menciptakan persepsi negatif terhadap layanan digital, meskipun sebenarnya aplikasi tersebut dirancang untuk memberikan efisiensi waktu dan kemudahan akses. Persepsi ini menghambat niat mereka untuk beralih ke sistem digital, dan lebih memilih layanan konvensional yang telah mereka kenal dan percayai.

Selain itu, pengalaman sebelumnya juga memainkan peran penting. Pengalaman negatif, seperti lamanya proses digital akibat *error* sistem atau proses verifikasi yang berulang, menyebabkan ketidakpuasan dan membentuk pola perilaku konsumen yang cenderung menghindari penggunaan layanan digital untuk pembukaan rekening. Teori pembelajaran dalam perilaku konsumen menjelaskan bahwa pengalaman negatif di masa lalu akan menimbulkan penghindaran terhadap produk atau layanan serupa di masa mendatang. Adapun dari sisi motif konsumsi, meskipun motif ekonomi seperti efisiensi waktu dan kenyamanan menjadi daya tarik penggunaan aplikasi, namun motif non ekonomi, seperti rasa percaya dan kebutuhan akan sentuhan personal, masih menjadi pertimbangan utama dalam keputusan konsumen. Hal ini sangat terlihat pada kelompok konsumen dengan literasi digital rendah, di mana preferensi lebih tertuju pada interaksi langsung karena adanya kebutuhan untuk merasa dipandu dan dilayani secara personal oleh petugas bank.

Dengan demikian, berdasarkan teori perilaku konsumen, keputusan nasabah dalam memilih metode pembukaan rekening sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan, pengalaman sebelumnya, serta faktor usia dan tingkat literasi teknologi. Untuk meningkatkan adopsi layanan digital, BSI perlu membangun kembali persepsi positif konsumen terhadap aplikasi BYOND dengan memperbaiki user interface, menyediakan pendampingan

digital (digital assistant), serta memperluas edukasi mengenai manfaat dan cara penggunaan aplikasi, khususnya kepada segmen usia lanjut (Jefri Putri, 2021).

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (EBM), proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari lima tahap: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan pasca pembelian. Dalam konteks ini, nasabah yang memilih layanan *direct service* cenderung mengalami percepatan dalam proses pencarian informasi dan evaluasi alternatif karena dapat dibantu langsung oleh *costumer service* (Novianto et al., 2024)

Teori digital menjelaskan bahwa perkembangan teknologi informasi telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam mengakses berbagai layanan, termasuk layanan perbankan. Salah satu kerangka teori yang relevan untuk menjelaskan fenomena ini adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). TAM menyatakan bahwa terdapat dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna, yaitu *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tercermin dari pengalaman nasabah dalam membuka rekening melalui aplikasi BYOND by BSI, yang memungkinkan proses dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Fleksibilitas ini menjadi nilai tambah tersendiri dalam era digital yang menuntut efisiensi waktu dan aksesibilitas yang tinggi. Kemudahan ini secara teoritis mendorong intensi penggunaan sistem digital oleh nasabah, terutama generasi muda dan kelompok masyarakat yang sudah akrab dengan teknologi.

Namun demikian, kemudahan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) yang kuat. Sebagian nasabah masih mengalami kendala teknis seperti kegagalan saat proses verifikasi data atau kesulitan navigasi dalam aplikasi, yang menimbulkan persepsi bahwa sistem digital kurang dapat diandalkan. Persepsi terhadap kegunaan sangat menentukan apakah teknologi tersebut benar-benar dipandang mampu meningkatkan efektivitas atau produktivitas penggunanya. Apabila nasabah

merasa bahwa proses manual di kantor cabang lebih membantu dan memberikan hasil yang lebih cepat dan akurat, maka kegunaan dari aplikasi digital menjadi dipertanyakan.

Teori digital juga menekankan bahwa transformasi digital tidak hanya mencakup inovasi teknologi semata, melainkan juga perubahan mendasar dalam pola interaksi dan perilaku sosial. Dalam sektor perbankan, digitalisasi telah merubah cara nasabah berinteraksi dengan institusi keuangan: dari interaksi tatap muka menjadi interaksi berbasis platform. Digitalisasi memungkinkan layanan perbankan menjadi lebih cepat, efisien, dan tersedia 24 jam tanpa batasan ruang dan waktu. Namun, keberhasilan digitalisasi sangat tergantung pada penerimaan dan kesiapan pengguna, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis seperti persepsi, kebiasaan, serta kepercayaan terhadap sistem (Santi & Erdani, 2021).

Dalam Islam, penggunaan teknologi yang mempermudah kehidupan manusia dapat dikaitkan dengan prinsip kemudahan dan efisiensi yang diajarkan dalam Al-Qur'an. Dalam Surah Al-Baqarah ayat 185, Allah SWT berfirman:

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ  
وَمَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا  
اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

*Artinya: "Bulan Ramadhan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Al-Qur'an sebagai petunjuk itu serta pembeda (antara hak dan yang batil). Oleh karena itu, siapa diantara kamu hadir (ditempat tinggalnya atay bukan musafir) pada bulan itu , berpuasalah. Siapa yang sakit atau dalam perjalanan (lalu tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya) sebanyak hari (yang ditinggalkannya) pada hari-hati yang lain. Allah mengendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah SWT. atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur." (QS. Al-Baqarah: 185)*

Ayat ini menunjukkan bahwa Islam mendorong umatnya untuk memanfaatkan segala bentuk kemudahan yang tersedia selama tetap dalam syariat. Penggunaan layanan digital dalam pembukaan rekening

merupakan salah satu bentuk penerapan kemudahan dalam kehidupan modern yang tetap dapat dilakukan dengan prinsip transparansi dan kejujuran.

Adanya layanan digital memungkinkan nasabah untuk melakukan proses pembukaan rekening tanpa harus datang langsung ke kantor cabang, sehingga lebih efisien dari segi waktu dan tenaga. Meskipun demikian, layanan ini tetap harus dilandasi oleh prinsip transparansi, kejujuran, dan keadilan, sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dalam ekonomi syariah. Oleh karena itu, meskipun layanan digital merupakan bentuk inovasi dan kemajuan teknologi, keberadaannya tetap dapat selaras dengan nilai-nilai Islam selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Penggunaan layanan digital dalam perbankan, khususnya dalam pembukaan rekening, merupakan bentuk implementasi ajaran Islam yang adaptif terhadap perkembangan zaman, serta sekaligus mencerminkan misi Islam sebagai agama yang memudahkan, bukan menyulitkan umatnya. Implementasi teknologi yang didukung nilai-nilai syariah akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan keuangan dan memperluas inklusi keuangan syariah di masyarakat.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa layanan langsung (*direct service*) masih menjadi pilihan utama bagi sebagian besar nasabah dalam melakukan pembukaan rekening baru di Bank Syariah Indonesia (BSI). Hal ini disebabkan oleh minimnya penggunaan layanan digital (*digital service*), yang dalam praktiknya justru menimbulkan tantangan bagi nasabah, terutama yang belum terbiasa dengan teknologi digital. Banyak nasabah mengungkapkan bahwa proses pembukaan rekening melalui aplikasi sering kali mengalami kendala teknis seperti kesalahan verifikasi, tampilan aplikasi yang kurang ramah pengguna, hingga kurangnya pemahaman terhadap alur proses yang harus diikuti.

Faktor kemudahan (*perceived ease of use*) menjadi aspek yang sangat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jenis pelayanan. Sesuai dengan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), keputusan seseorang

dalam menggunakan teknologi sangat bergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dianggap mudah digunakan. Dalam hal ini, layanan langsung dinilai lebih mudah karena nasabah dapat memperoleh bantuan secara langsung dari petugas bank, sehingga proses lebih cepat dan minim kesalahan. Sebaliknya, layanan digital yang pada dasarnya ditujukan untuk efisiensi, justru dianggap kurang praktis oleh sebagian nasabah, khususnya kelompok usia menengah ke atas yang memiliki keterbatasan dalam literasi digital.

Preferensi terhadap *direct service* mencerminkan pentingnya aspek pengalaman pengguna dalam proses adopsi teknologi baru. Jika sistem digital tidak dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan seluruh segmen pengguna, maka adopsi teknologi tidak akan optimal. Oleh karena itu, untuk mendorong peningkatan penggunaan layanan digital, BSI perlu memperbaiki antarmuka aplikasi, memberikan edukasi yang komprehensif, serta menyediakan layanan bantuan digital secara real-time untuk membantu nasabah yang mengalami kendala saat proses digital berlangsung.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis dan uji hipotesis yang telah ada pada bab IV, bahwa penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah disebarakan kepada responden sebanyak 100 orang yang memiliki karakteristik utama yaitu sudah punya rekening Bank Syariah Indonesia, kemudian pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0 dengan pengujian instrument yakni uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas dan uji hipotesis dengan menggunakan uji mann whitney. Adapun hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengujian yang dilakukan pada perbandingan *direct service* dan *digital service* pada minat nasabah dalam pembuatan rekening baru menggunakan uji mann whitney memiliki hasil nilai Asmpy. Sig (2-tailed) sebesar 0,000. Nilai  $0,000 < 0,05$  maka disimpulkan bahwa memiliki perbedaan antara pelayanan *direct service* dan *digital service*. Pada hasil mean rank pelayanan *direct service* sebesar 137.12 dan pelayanan *digital service* sebesar 63.00. Pelayanan *direct service* lebih banyak diminati oleh nasabah bank syariah Indonesia di area purwokerto daripada pelayanan *digital service*.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Pihak bank diharapkan meningkatkan kualitas pelayanan pembukaan rekening baru di Bank Syariah Indonesia dan melakukan sosialisasi tentang penggunaan aplikasi BYOND dalam pembukaan rekening baru
2. Bagi nasabah diharapkan untuk menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dalam pembukaan rekening baru.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar memperbanyak sampel responden dan tidak hanya pelayanan dalam pembukaan rekening saja yang di teliti tetapi Pelayanan di Bank Syariah Indonesia secara keseluruhan agar lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afaf Azizah, A., Alam Adha, M., Wahyudi, R., Perbankan Syariah, P., Agama Islam, F., & Ahmad Dahlan, U. (2024). Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh E-Word of Mouth dan Kualitas Layanan Financial Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2198–2213. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i2.13700>
- Agnia, A. S. G. N., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Pengaruh Kemajuan Teknologi terhadap Pembentukan Karakter Siswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9331–9335.
- Agustin, H., Hasan, H., Setiawan, R., & Indrastuti, S. (2023). Pengembangan Konsep Kualitas Layanan Bank Syariah Berdasarkan Perspektif Islam. *Islamic Banking and Finance*.
- Ahmad, E., Makkasau, Fitriani, Latifah, A., Eppang, M., Baraerah Syahrani, Syatriani, S., Ilmiah, W., Suhartini, T., & Widia, L. (2023). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Makassar: Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas Kamaluddin. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31.
- Ananda, R., & Fadhli, M. (2018). *Statistik Pendidikan Teori dan Praktik Dalam Pendidikan*. Medan: CV. Widya Puspita.
- Ariani, M., Hadiyatno, D., & Anam, H. (2023). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Aripin, N. T., Fatwa, N., Hannase, M., Pasca, P., Kajian, S., Tengah, T., & Islam, D. (2022). Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi Dan Inklusi Keuangan Syariah. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* (Vol. 5, Issue 1).
- Astuti, N. P. (2019). Determinan Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Manajemen*, 190–196.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N. S., Destry, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Aviccena, F., Aviccena, F., Avina, D., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. UB Press.
- Firmansyah, R., Hartono, R., & Maghfiroh, A. (2020). Analisis Penerimaan Sistem Myunnes-Kuangan dengan Pendekatan Technology Acceptance

- Model (TAM) pada Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 10(2), 1373–1385.
- Fitria, T. N. (2015). Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(02), 75–87.
- Gusvita, A., & Salwa, S. (2023). Analisis Penerapan Strategi Bauran Manajemen Pemasaran Terhadap Produk Tabungan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Indonesia (BSI). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 2745–2892.
- Halim, S. P., Azhad, M. N., & Puspitadewi, I. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada BSI Cabang Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*, 1(10), 2035–2042.
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method. *Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8–15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Hayati, M. (2015). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Jurnal Nisbah*, 1(1), 62–73.
- Henny Saraswati, Budi Sudrajat, Wahyu Hidayat, Triana Marsanda Herin, Desmiranti Rahma, & Ari Ari. (2023). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI). *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(3), 138–155. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.365>
- Hermawan, E. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.38035/jgia.v1i1>
- Hidayat, M., & Humeriattunnisa, A. (2023). Optimalisasi Peran Digital Banking Bank Syariah Indonesia Terhadap Perkembangan Industri Halal. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(2), 243–264. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v5i2.9984>
- Ismail, M., Maulana, S., Firdan, M., Sabilla, S. R., & Abdul Hakam. (2022). Perkembangan Perbankan Syariah Di Era Digitalisasi. *Journal Of Islamic Banking and Shariah Economy*, 2(1), 87–107.
- Jeffri Putri (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (Ahmad Jibril, Ed.). PT. Nasya Expanding Management.
- Junaedi, A., Renaldo, N., Yovita, I., & Veronica, K. (2023). Peluang dan Tantangan Bank Syariah di Era Perbankan Digital Dalam Perspektif Generasi Z. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 8(2), 116–125. <http://www.ejournal.pelitaIndonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>

- Juwita, O. :, Poluan, E., Aneke, W. A. A., & Punuindoong, Y. (2020). Pengaruh Kualias Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Golden Supermarket Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1–6.
- Kumara, A. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Kunaifi, A., Said, A. A., & Mawardi, A. (2022). Analisis Peluang Bank Syariah Indonesia (BSI) Menjadi Top 5 Bank di Indonesia Berdasarkan Kekuatan Aset dan Visi Misi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 219–235.
- Kurniasih, E., Thantawi, T. R., & Anwar, M. (2023). Analisis Pembukaan Rekening Online Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kantor Cabang Pembantu Dramaga Bogor. *Sahid Banking Journal*, 3(1), 149–166. <https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/SahidBankingJ>
- Kurniawan, H., Rusmayadi, G., Ayu, K., Merliza, P., & Suprayitno, D. (2024). *Buku Ajar Statistika Dasar*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kusnandi, I. H., & Lisnawati, L. A. (2020). Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Pada Pt.Bank Tabungan Pensiunan Nasional (Btpn) Kcp Subang. *Jurnal Keuangan*, 2(1), 67–87. <http://ejournal.unsub.ac.id/index.php/keuangan>
- Laksono, B. A., & Nisa, F. L. (2024). Pemanfaatan Teknologi dalam Perkembangan Operasional Perbankan Syariah. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 117–124. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i3.1580>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Madjid, N., Fielnanda, R., & Sesarwati, B. (2023). *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika. Jupumi*, 2(1), 55–64.
- Mahanum. (2021). Tinjauan Kepustakaan. *Journal Of Education*, 1(2), 3–4.
- Maulana, N., & Nasution, M. S. (2021). Analisis Komparatif Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan BSI Perbankan Langsung dan Mobile Banking Pada Mahasiswa IAIN Lhokseumawe Angkatan 2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2), 457–469.
- Mawaddah, N. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Syariah. *Jurnal Etikonomi*, 14(2), 241–253.
- Mawardi, A., & Hasmawaty, A. R. (2020). Pengaruh Pelayanan Digital dan Pelayanan Konvensional terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran& Sumber Daya Manusia*, 1(1), 2745–7257.
- Muawari, L. J., Ningtias, S. K., Sudiarti, R., Adinda, P. C., & Selva. (2024). Sosialisasi pembuatan rekening online melalui BSI mobile dalam

- meningkatkan kemampuan melakukan transaksi online mahasiswa baru UIN Mataram. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 133–141.
- Mudzakir Ilyas. (2020). Mekanisme Pembiayaan Mitraguna Berkah PNS dengan Akad Murabahah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Prabumulih. *Adl Islamic Economic*.
- Mursalini, W. I., & Yadewani, D. (2020). Pengaruh Layanan Langsung Terhadap Minat Menabung DI PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 330–337.
- Novianto, O., Teguh Santoso, H., Dewi, R., Karnain, B., Sugiharto, S., Daengs, A. G., & Penulis, K. (2024). *Analisis 5 (Lima) Tahapan Proses Keputusan Pembelian Terhadap Pengambilan Keputusan Mahasiswa Universitas 45 Surabaya Dalam Memilih Perguruan Tinggi Prodi Manajemen Universitas 45 Surabaya*.
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., & Sinulingga, G. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nurjanah, & Hilyatin, D. L. (2016). Strategi Penyelamatan Pembiayaan Bermasalah Pada Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam El-JIZYA*, 4(1), 56–93. [www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id)
- Palapa, A., & Saifudin, I. (2021). Analisa Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Pada Aplikasi Pendaftaran Penilaian Training Record Book (Smile 05) Studi Pada PUKP 05 Semarang. *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 19(1), 70–86. <https://doi.org/10.33489/mibj.v19i1.259>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Rezeki, D. S., & Sfenrianto. (2022). Analisis System Quality dan Service Quality terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah pada Digitalisasi Pembukaan Rekening Bank. *Information Technology Engineering Journal*, 7, 77–87.
- Rosidah, E. E. A., Maslichah, & Sari, A. F. K. (2024). Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online Pengetahuan Prinsip Syariah dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah BSI Se-Malang Raya). *Warta Ekonomi*, 7(1), 10–18.
- Ruhamak, M. D., & Syai'dah, E. H. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(2), 118–133. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v3i2.186>

- Samsudin, A., Hidayat Nugroho, R., Zakaria, R., Tania Eriezna Putri, R. A., Alfreda Wirawan, G., Naoval Saputra, R., & Wardah Widad, S. (2023). Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Melalui BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4, 1163.
- Santi, I., & Erdani, B. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM) Penggunaannya pada Analisis User Experience dalam Penerimaan Sistem Informasi Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*. Penerbit NEM.
- Shabri, H., Azlina, N., Said, M., Syariah, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Syarif, U., & Jakarta, H. (2020). Transformasi Digital Industri Perbankan Syariah Indonesia. *Journal of Islamic Economics*, 3(2).
- Sinaga, A., Alam, A. P., Arkan, F., & Wahyuni, S. (2018). Analisis Pembiayaan Dana Talangan Haji untuk Biaya Perjalanan Ibadah Haji Studi Kasus Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Stabat. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 228–244.
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Jurnal Akutansi*, 7(2), 1196–1205. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>
- Solichin, M., Halimatusa, S., Megister Ilmu Administrasi Bisnis, M., Unlam Banjarmasin, F., Megister Ilmu Administrasi Bisnis, D., & Unlam Banjarmasin Jl Brigjen Hasan Basry Banjarmasin, F. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan, Edisi Juli-Desember* (Vol. 8, Issue 2).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Surinabila, M., Pratiwi, W. D., Rahmawati, Ayuningtyas, K., Rahayu, S., & Budiandru. (2023). Pengambilan Keputusan Nasabah dalam Membuka Rekening Bank BSI di Lingkup Mahasiswa UHAMKA. *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6), 2248–2437.
- Swarjana, K. (2022). *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian* (E. Risanto, Ed.).
- Tartila, M. (2022). Strategi Industri Perbankan Syariah dalam Menghadapi Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3310. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6408>
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 182–190. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.181-192>

- Tuzzuhro, F., Rozaini, N., & Yusuf, M. (2023). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi*, 11(2).
- Ubaidillah, & Anggih Dea. (2023). Pengaruh Digital Banking terhadap Pengguna Layanan Digital Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto. *Journal Of Islamic Economics*, 2(2), 129–153.
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101–1106.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wiratmo, M. (2003). Berbagai Teori Mengenai Perkembangan Teknologi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 1(8), 53–63.





*Lampiran 1 Kuesioner*

**PERBANDINGAN *DIRECT SERVICE* DAN *DIGITAL SERVICE*  
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM PEMBUATAN REKENING  
BARU DI BANK SYARIAH INDONESIA**  
(Studi Kasus Nasabah BSI di Purwokerto)

Kepada Yth. Ibu/Bapak  
Nasabah Bank Syariah Indonesia Area Purwokerto  
Dengan Hormat,

Dengan ini saya Mutiara Putri Purnami NIM. 214110202221 mohon izin Ibu/Bapak untuk membantu dengan pengisian kuesioner untuk mengumpulkan data penelitian yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto. Mengenai data dan informasi Ibu/Bapak sepenuhnya terjamin kerahasiaanya. Oleh karena itu, jawaban yang diberikan kejujuran dan keterbukaan sangat bermanfaat dalam penelitian ini.

Saya berterima kasih atas partisipasi dan Kerjasama Ibu/Bapak dalam mengisi kuesioner ini.

Purwokerto, 20 Desember 2024

Hormat Saya,



**Mutiara Putri Purnami**

NIM. 214110202221

### Identitas Responden

- a) Nama :  
b) Usia :  
c) Alamat :

### Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban dengan cara memberi tanda silang (X) ataupun check list (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Ibu/ Bapak:

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### Pertanyaan

#### A. Direct service (Pelayanan Langsung)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya merasa bahwa penampilan karyawan BSI menarik					
2.	Saya merasa fasilitas di BSI sudah baik					
3.	Saya merasa puas dengan pelayanan costumer service dalam pembukaan rekening.					
4.	Karyawan BSI menunjukkan perhatian yang cukup terhadap kebutuhan dan keinginan.					
5.	Karyawan BSI dalam memberikan pelayanan yang terbaik saat pembukaan rekening.					

6.	Karyawan BSI cepat merespons setiap permintaan atau keluhan yang nasabah sampaikan.					
7.	Karyawan BSI memberikan solusi atau bantuan secara cepat ketika saya menghadapi masalah pada saat pembukaan rekening.					
8.	Saya merasa pelayanan BSI konsisten setiap saya terima					
9.	Pembukaan rekening melalui costumer service saya merakan keamanan saya terjaga.					
10.	Saya yakin pihak BSI menjamin privasi data yang saya berikan saat pembukaan rekening					

#### B. Digital Service (Pelayanan Digital)

No	Pertanyaan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya merasa mudah memahami aplikasi BYOND untuk membuka rekening					
2.	Saya merasa mudah menghubungi menemukan fitur untuk membuka rekening pada aplikasi BYOND					
3.	Saya merasakan kemudahan dalam pembuatan rekening melalui aplikasi BYOND					
4.	Petunjuk aplikasi dapat membantu selama proses pembuatan rekening.					
5.	Pembuatan rekening melalui aplikasi sangat cepat.					
6.	Pembuatan rekening di aplikasi BYOND dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja					

7.	Aplikasi menyediakan bantuan yang cukup jika terjadi kendala dalam proses pembukaan rekening.					
8.	Saya mendapatkan bantuan yang cukup saat mengalami kesulitan pembukaan rekening melalui aplikasi.					

### C. Minat Nasabah

No	Pertanyaan	STS	TS	R	S	SS
1.	Saya lebih minat dengan <i>direct service</i> pada saat pembukaan rekening					
2.	Saya lebih minat dengan <i>digital service</i> pada saat pembukaan rekening.					
3.	Layanan yang saya pilih mudah diakses kapan saja dan dimana saja.					
4.	Layanan yang saya gunakan sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan saya					
5.	Saya akan merekomendasikan layanan yang saya pilih kepada orang lain.					
6.	Saya yakin pelayanan yang saya pilih dapat membantu kebutuhan saya dalam pembukaan rekening baru					

Lampiran 2 Identitas Responden

No Responden	Usia	Jenis Kelamin	Alamat
1	21-25 Tahun	Laki-Laki	Kedungbanteng, Banyumas
2	31-40 Tahun	Perempuan	Kedungbanteng, Banyumas
3	21-25 Tahun	Laki-Laki	Sumampir, Banyumas
4	21-25 Tahun	Perempuan	Kedungbanteng, Banyumas
5	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Selatan, Banyumas
6	31-40 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
7	17-20 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
8	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Barat, Banyumas
9	21-25 Tahun	Perempuan	Kembaran, Banyumas
10	40-50 Tahun	Perempuan	Purwanegara, Banyumas
11	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
12	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
13	40-50 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Timur, Banyumas
14	21-25 Tahun	Perempuan	Karanglewas, Banyumas
15	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Selatan, Banyumas
16	31-40 Tahun	Laki-Laki	Kedungbanteng, Banyumas
17	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Timur, Banyumas
18	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
19	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
20	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
21	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
22	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
23	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
24	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
25	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Barat, Banyumas
26	26-30 Tahun	Laki-Laki	Kedungbanteng, Banyumas
27	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
28	21-25 Tahun	Perempuan	Karanglewas, Banyumas
29	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
30	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
31	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
32	17-20 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
33	21-25 Tahun	Laki-Laki	Kedungbanteng, Banyumas
34	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
35	21-25 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
36	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
37	21-25 Tahun	Perempuan	Karanglewas Banyumas
38	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Barat, Banyumas
39	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
40	21-25 Tahun	Perempuan	Kedungbanteng, Banyumas

41	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
42	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara , Banyumas
43	21-25 Tahun	Perempuan	Kedungbanteng Banyumas
44	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Barat, Banyumas
45	21-25 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
46	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
47	21-25 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
48	21-25 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
49	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
50	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
51	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Selatan, Banyumas
52	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas
53	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
54	21-25 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
55	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
56	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
57	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
58	21-25 Tahun	Perempuan	Kedungbanteng, Banyumas
59	21-25 Tahun	Perempuan	Kedungbanteng, Banyumas
60	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
61	17-20 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto, Banyumas
62	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
63	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
64	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
65	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Timur, Banyumas
66	17-20 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
67	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
68	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Barat, Banyumas
69	21-25 Tahun	Laki-Laki	Kedungbanteng Banyumas
70	31-40 Tahun	Perempuan	Karanglewas, Banyumas
71	21-25 Tahun	Perempuan	Kedungbanteng, Banyumas
72	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Barat, Banyumas
73	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Barat, Banyumas
74	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
75	40-50 Tahun	Perempuan	Pabuaran, Purwokerto Utara
76	40-50 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
77	21-25 Tahun	Perempuan	Karanglewas, Banyumas
78	17-20 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
79	21-25 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
80	21-25 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
81	21-25 Tahun	Laki-Laki	Karanglewas Kabupaten Banyumas
82	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
83	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Timur, Banyumas
84	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas

85	21-25 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
86	21-25 Tahun	Laki-Laki	Sokaraja, Banyumas
87	>50 Tahun	Laki-Laki	Sokaraja, Banyumas
88	31-40 Tahun	Perempuan	Sokaraja, Banyumas
89	31-40 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
90	26-30 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
91	17-20 Tahun	Laki-Laki	Purwokerto Utara, Banyumas
92	21-25 Tahun	Perempuan	Kedungbanteng, Banyumas
93	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto barat, Banyumas
94	17-20 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
95	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
96	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
97	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
98	21-25 Tahun	Perempuan	Purwokerto Utara, Banyumas
99	>50 Tahun	Laki-Laki	Sokaraja, Banyumas
100	31-40 Tahun	Laki-Laki	Sokaraja, Banyumas

No Responden	Sudah atau Belum Punya Rekening BSI
1	Sudah
2	Sudah
3	Sudah
4	Sudah
5	Sudah
6	Sudah
7	Sudah
8	Sudah
9	Sudah
10	Sudah
11	Sudah
12	Sudah
13	Sudah
14	Sudah
15	Sudah
16	Sudah
17	Sudah
18	Sudah
19	Sudah
20	Sudah
21	Sudah
22	Sudah
23	Sudah
24	Sudah
25	Sudah
26	Sudah



27	Sudah
28	Sudah
29	Sudah
30	Sudah
31	Sudah
32	Sudah
33	Sudah
34	Sudah
35	Sudah
36	Sudah
37	Sudah
38	Sudah
39	Sudah
40	Sudah
41	Sudah
42	Sudah
43	Sudah
44	Sudah
45	Sudah
46	Sudah
47	Sudah
48	Sudah
49	Sudah
50	Sudah
51	Sudah
52	Sudah
53	Sudah
54	Sudah
55	Sudah
56	Sudah
57	Sudah
58	Sudah
59	Sudah
60	Sudah
61	Sudah
62	Sudah
63	Sudah
64	Sudah
65	Sudah
66	Sudah
67	Sudah
68	Sudah
69	Sudah
70	Sudah

71	Sudah
72	Sudah
73	Sudah
74	Sudah
75	Sudah
76	Sudah
77	Sudah
78	Sudah
79	Sudah
80	Sudah
81	Sudah
82	Sudah
83	Sudah
84	Sudah
85	Sudah
86	Sudah
87	Sudah
88	Sudah
89	Sudah
90	Sudah
91	Sudah
92	Sudah
93	Sudah
94	Sudah
95	Sudah
96	Sudah
97	Sudah
98	Sudah
99	Sudah
100	Sudah

Lampiran 3 Data Penelitian

Nasabah BSI di Area Purwokerto

**Tabulasi Data**

Lampiran 3.1 Hasil Tabulasi *Direct service* (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X.10	Total X1
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	42
6	5	3	3	3	3	4	5	3	5	5	39
7	4	1	4	3	4	4	5	3	4	5	37
8	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
11	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
13	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
14	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
15	4	5	5	4	5	4	5	2	5	5	44
16	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
17	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34

22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
28	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	39
29	2	2	3	3	1	2	1	2	2	2	20
30	5	3	2	4	5	3	1	2	4	4	33
31	2	4	5	4	4	3	3	4	5	4	38
32	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
33	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
34	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	32
35	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	35
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	33
38	4	3	3	4	5	4	4	4	3	5	39
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	34
41	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40
42	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	41
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
45	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
46	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
50	3	3	3	3	4	4	3	5	5	3	36
51	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	25

52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	46
54	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	43
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	37
57	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
58	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	30
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	37
61	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	44
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
64	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	39
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	5	2	2	3	3	2	3	2	3	2	27
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	44
70	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
71	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
72	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
73	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
74	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
75	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	46
78	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
79	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	38

82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
86	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
87	3	4	3	4	5	4	2	4	3	3	35
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	5	4	5	3	3	3	3	4	3	3	36
90	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	47
91	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	22
92	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	46
97	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
98	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
99	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
100	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42

Lampiran 3.2 Hasil Tabulasi *Digital Service* (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	4	5	4	3	4	4	31
4	3	4	4	4	4	4	4	4	31
5	1	3	3	4	5	5	5	3	29
6	5	3	5	4	5	4	5	4	35
7	5	2	4	5	4	5	4	1	30
8	4	4	4	3	3	4	5	4	31

9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	5	5	4	5	5	5	5	38
11	4	4	4	5	5	4	5	4	35
12	5	5	4	5	5	3	4	3	34
13	3	2	3	4	3	3	3	3	24
14	5	4	5	5	5	5	4	4	37
15	5	4	5	4	4	5	4	5	36
16	3	4	4	4	4	4	4	4	31
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	3	3	4	3	5	3	3	3	27
22	3	3	5	4	5	4	4	4	32
23	4	5	5	5	5	4	4	4	36
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	5	5	5	5	5	4	4	4	37
28	4	4	4	5	5	4	5	4	35
29	2	2	2	3	3	2	2	2	18
30	1	1	3	2	4	4	2	3	20
31	1	2	4	5	1	2	3	3	21
32	4	4	4	4	3	4	4	4	31
33	4	4	4	5	4	4	4	4	33
34	3	3	3	4	3	3	3	3	25
35	2	3	4	4	4	3	4	3	27
36	4	4	4	4	4	4	5	3	32
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
38	3	3	3	4	3	3	3	3	25

39	4	4	4	4	4	3	3	4	30
40	3	3	3	3	3	3	3	5	26
41	4	5	4	3	4	3	5	4	32
42	4	4	4	3	4	4	4	5	32
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	4	4	3	4	4	3	4	4	30
45	5	4	4	5	5	4	4	5	36
46	5	5	5	5	4	4	4	4	36
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	3	3	4	5	4	3	3	3	28
51	3	3	3	3	3	3	3	3	24
52	3	3	4	4	4	4	3	3	28
53	3	3	3	3	4	4	4	4	28
54	4	4	5	4	5	5	4	5	36
55	4	4	4	4	4	4	4	3	31
56	3	3	3	4	3	3	4	4	27
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	3	3	3	3	3	3	3	3	24
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	4	4	4	4	4	4	4	3	31
61	4	4	4	4	4	3	3	5	31
62	5	5	5	5	4	5	5	5	39
63	4	4	4	4	4	4	4	3	31
64	3	4	3	5	4	3	4	5	31
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	2	3	2	3	2	2	2	2	18
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32

69	4	3	3	4	4	4	3	4	29
70	3	3	3	4	5	5	5	2	30
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	3	4	4	4	4	4	4	4	31
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	5	5	5	4	3	4	4	4	34
78	4	5	4	5	4	4	5	4	35
79	4	5	5	4	4	4	5	4	35
80	4	5	5	5	5	5	4	5	38
81	3	3	3	3	3	2	3	4	24
82	3	3	3	3	3	3	3	3	24
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	3	3	3	3	3	3	3	3	24
86	1	2	3	3	5	2	2	4	22
87	3	4	2	4	3	2	3	4	25
88	5	5	5	5	5	4	4	4	37
89	3	3	4	5	3	4	3	4	29
90	4	4	5	4	5	4	5	5	36
91	2	2	2	2	3	2	2	3	18
92	3	3	4	5	4	4	4	4	31
93	3	3	3	3	3	3	3	5	26
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	4	4	4	4	4	4	4	2	30
96	4	4	4	5	4	4	4	5	34
97	4	4	4	5	4	4	4	5	34
98	4	4	4	5	3	4	4	5	33

99	4	4	4	3	4	4	4	4	31
100	4	4	4	3	4	5	5	4	33

Lampiran 3.3 Hasil Tabulasi Minat Nasabah (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total Y
1	5	5	5	5	5	4	29
2	5	5	5	5	4	3	27
3	3	5	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	5	25
5	5	1	4	4	2	5	21
6	3	3	3	3	4	4	20
7	5	5	3	4	5	4	26
8	4	3	4	4	4	4	23
9	4	4	4	3	4	4	23
10	5	5	5	5	5	4	29
11	4	5	5	5	5	4	28
12	4	4	4	4	4	4	24
13	3	3	3	3	3	5	20
14	4	5	3	4	5	5	26
15	4	4	5	5	4	5	27
16	4	4	4	4	4	2	22
17	4	4	4	4	4	3	23
18	5	5	5	5	5	4	29
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	4	5	25
21	4	3	4	3	3	5	22
22	4	5	5	5	5	5	29
23	5	5	5	4	4	5	28
24	4	4	4	4	4	5	25
25	4	4	4	4	4	5	25
26	3	3	3	3	3	5	20
27	4	4	4	5	5	5	27
28	5	5	5	5	5	4	29
29	1	1	2	3	2	4	13
30	2	5	5	2	2	4	20
31	5	4	2	4	4	3	22
32	4	4	4	4	4	3	23
33	4	5	5	4	4	4	26
34	4	4	3	4	4	4	23
35	4	4	4	4	3	5	24
36	3	3	3	3	3	4	19

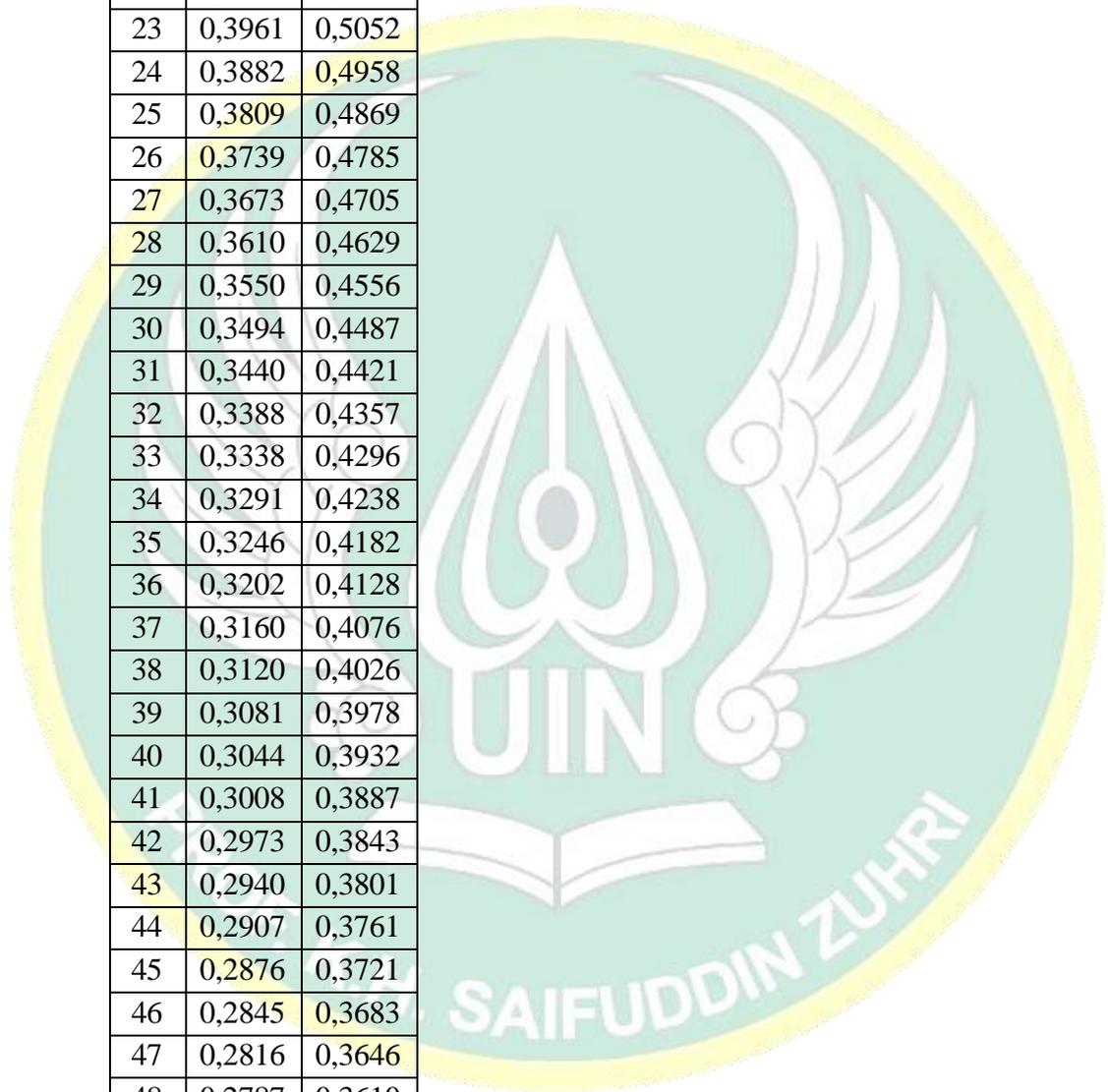
37	4	4	4	4	4	5	25
38	4	5	4	4	3	5	25
39	3	4	4	4	4	5	24
40	4	4	3	3	3	4	21
41	4	5	3	4	4	3	23
42	4	5	4	4	4	2	23
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	5	4	4	4	5	26
45	5	5	5	4	5	5	29
46	4	4	4	3	4	5	24
47	5	5	5	5	5	4	29
48	5	5	5	5	5	4	29
49	4	4	4	4	4	4	24
50	3	3	3	4	3	4	20
51	3	3	2	2	3	4	17
52	3	3	3	3	3	4	19
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	5	5	4	4	26
55	3	3	3	3	3	4	19
56	2	4	3	3	4	4	20
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	3	4	3	3	4	21
59	5	5	5	5	5	4	29
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	4	4	4	4	4	23
62	5	5	5	5	5	4	29
63	4	4	4	4	4	4	24
64	3	2	4	5	4	4	22
65	4	4	4	4	4	4	24
66	2	3	2	2	2	4	15
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	3	4	3	3	4	4	21
70	4	4	4	3	4	4	23
71	5	5	5	5	5	4	29
72	5	5	4	5	4	4	27
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	5	4	4	5	5	4	27
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	5	5	5	5	4	28
78	5	4	4	5	5	4	27
79	5	5	4	4	4	4	26
80	5	5	5	5	5	4	29

81	3	3	4	4	4	4	22
82	3	3	3	3	3	4	19
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	4	4	4	24
85	3	3	3	3	3	4	19
86	3	2	2	3	3	4	17
87	3	3	4	5	3	5	23
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	3	5	3	5	24
90	5	5	4	3	3	5	25
91	2	3	2	2	2	5	16
92	4	4	4	4	4	5	25
93	4	4	3	4	4	5	24
94	4	4	4	4	4	5	25
95	4	4	4	4	4	5	25
96	4	5	5	5	5	5	29
97	5	5	5	5	5	5	30
98	4	4	4	4	4	5	25
99	4	3	4	4	5	5	25
100	3	3	4	5	5	5	25

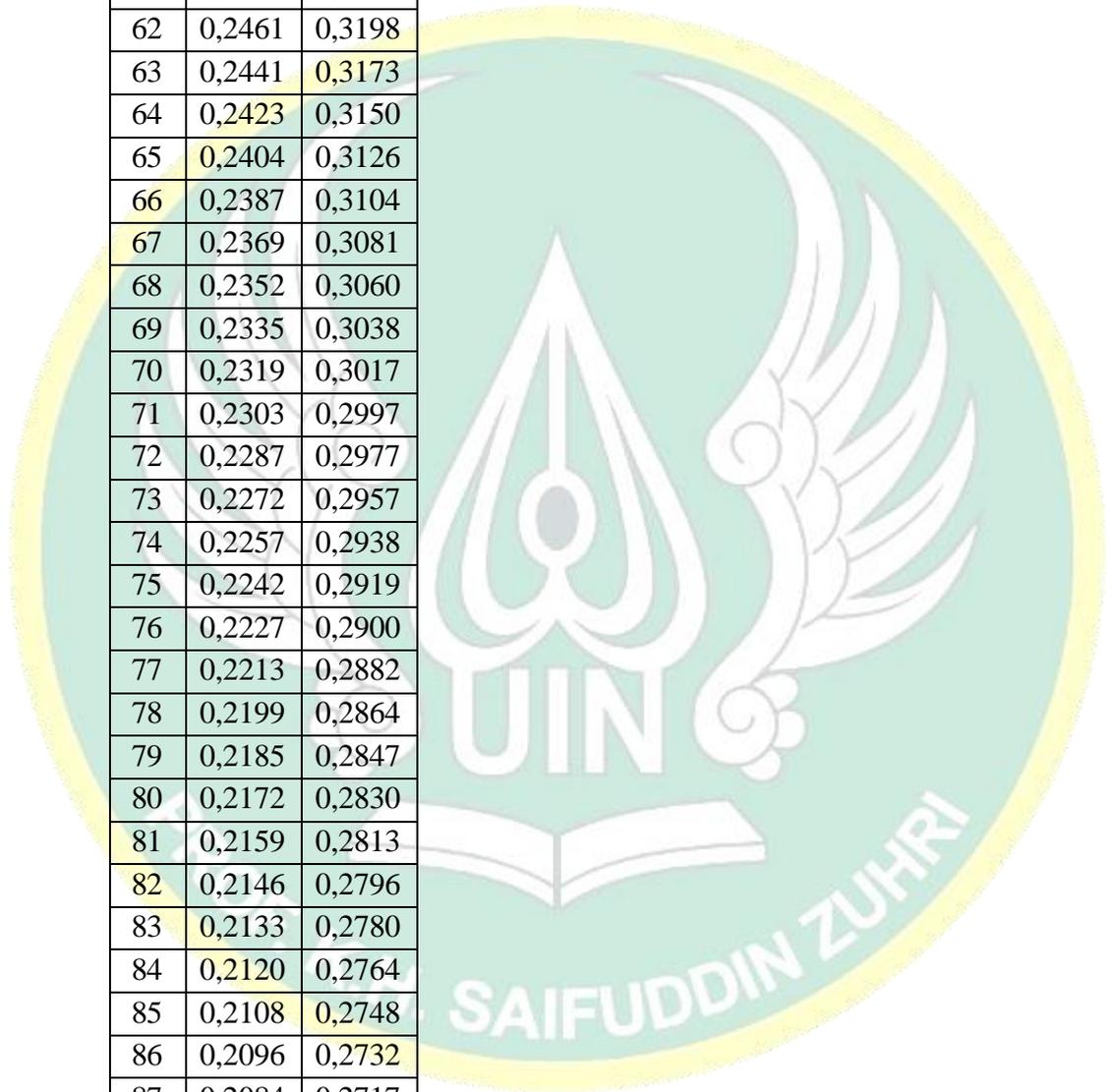
Lampiran 4 Rtabel

DF = (N- 2)	0,05	0,01
1	0,9969	0,9999
2	0,9500	0,9900
3	0,8783	0,9587
4	0,8114	0,9172
5	0,7545	0,8745
6	0,7067	0,8343
7	0,6664	0,7977
8	0,6319	0,7646
9	0,6021	0,7348
10	0,5760	0,7079
11	0,5529	0,6835
12	0,5324	0,6614
13	0,5140	0,6411
14	0,4973	0,6226
15	0,4821	0,6055

16	0,4683	0,5897
17	0,4555	0,5751
18	0,4438	0,5614
19	0,4329	0,5487
20	0,4227	0,5368
21	0,4132	0,5256
22	0,4044	0,5151
23	0,3961	0,5052
24	0,3882	0,4958
25	0,3809	0,4869
26	0,3739	0,4785
27	0,3673	0,4705
28	0,3610	0,4629
29	0,3550	0,4556
30	0,3494	0,4487
31	0,3440	0,4421
32	0,3388	0,4357
33	0,3338	0,4296
34	0,3291	0,4238
35	0,3246	0,4182
36	0,3202	0,4128
37	0,3160	0,4076
38	0,3120	0,4026
39	0,3081	0,3978
40	0,3044	0,3932
41	0,3008	0,3887
42	0,2973	0,3843
43	0,2940	0,3801
44	0,2907	0,3761
45	0,2876	0,3721
46	0,2845	0,3683
47	0,2816	0,3646
48	0,2787	0,3610
49	0,2759	0,3575
50	0,2732	0,3542
51	0,2706	0,3509
52	0,2681	0,3477
53	0,2656	0,3445
54	0,2632	0,3415



55	0,2609	0,3385
56	0,2586	0,3357
57	0,2564	0,3328
58	0,2542	0,3301
59	0,2521	0,3274
60	0,2500	0,3248
61	0,2480	0,3223
62	0,2461	0,3198
63	0,2441	0,3173
64	0,2423	0,3150
65	0,2404	0,3126
66	0,2387	0,3104
67	0,2369	0,3081
68	0,2352	0,3060
69	0,2335	0,3038
70	0,2319	0,3017
71	0,2303	0,2997
72	0,2287	0,2977
73	0,2272	0,2957
74	0,2257	0,2938
75	0,2242	0,2919
76	0,2227	0,2900
77	0,2213	0,2882
78	0,2199	0,2864
79	0,2185	0,2847
80	0,2172	0,2830
81	0,2159	0,2813
82	0,2146	0,2796
83	0,2133	0,2780
84	0,2120	0,2764
85	0,2108	0,2748
86	0,2096	0,2732
87	0,2084	0,2717
88	0,2072	0,2702
89	0,2061	0,2687
90	0,2050	0,2673
91	0,2039	0,2659
92	0,2028	0,2645
93	0,2017	0,2631



94	0,2006	0,2617
95	0,1996	0,2604
96	0,1986	0,2591
97	0,1975	0,2578
98	0,1966	0,2565
99	0,1956	0,2552
100	0,1946	0,2540

Lampiran 5

Lampiran 5.1 Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas X1

Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.513**	.481**	.605**	.553*	.503**	.548*	.419*	.432*	.524*	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.513**	1	.790**	.752**	.685*	.671**	.587*	.620*	.568*	.518*	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.481**	.790**	1	.696**	.652*	.629**	.617*	.583*	.552*	.548*	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.605**	.752**	.696**	1	.789*	.769**	.593**	.555*	.481*	.515*	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.553**	.685**	.652**	.789**	1	.722**	.594*	.609*	.601*	.609*	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.6	Pearson Correlation	.503**	.671**	.629**	.769**	.722*	1	.761*	.668*	.572*	.622*	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.548**	.587**	.617**	.593**	.594*	.761**	1	.699*	.597*	.640*	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.419**	.620**	.583**	.555**	.609*	.668**	.699*	1	.554*	.484*	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.432**	.568**	.552**	.481**	.601*	.572**	.597*	.554*	1	.695*	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.524**	.518**	.548**	.515**	.609*	.622**	.640*	.484*	.695*	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.703**	.838**	.815**	.843**	.848*	.863**	.831*	.772*	.747*	.762*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Hasil Uji Validitas X2

		Correlations								TOTAL X2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
X2.1	Pearson Correlation	1	.784*	.729*	.564*	.511*	.636*	.653*	.484*	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.784*	1	.714*	.548*	.513*	.571*	.719*	.601*	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X2.3	Pearson Correlation	.729*	.714*	1	.618*	.631*	.735*	.693*	.539*	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.564*	.548*	.618*	1	.441*	.486*	.529*	.366*	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.511*	.513*	.631*	.441*	1	.656*	.604*	.394*	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.636*	.571*	.735*	.486*	.656*	1	.758*	.418*	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.653*	.719*	.693*	.529*	.604*	.758*	1	.451*	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.484*	.601*	.539*	.366*	.394*	.418*	.451*	1	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TO TA LX 2	Pearson Correlation	.850*	.861*	.885*	.707*	.738*	.821*	.846*	.670*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Y

Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TotalY
Y1	Pearson Correlation	1	.618**	.616**	.650*	.628*	.007	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.949	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.618**	1	.627**	.481*	.647*	-.054	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.593	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.616**	.627**	1	.690*	.622*	.101	.847**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.315	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.650**	.481**	.690**	1	.745*	.048	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.638	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.628**	.647**	.622**	.745*	1	-.014	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.890	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.007	-.054	.101	.048	-.014	1	.201*
	Sig. (2-tailed)	.949	.593	.315	.638	.890		.045
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total Y	Pearson Correlation	.821**	.784**	.847**	.835*	.845*	.201*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.045	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Lampiran 5.2 Hasil Uji Reliabilitas

##### Hasil Uji Reliabilitas X1

###### Reliability Statistiks

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	10

##### Hasil Uji Reliabilitas X2

###### Reliability Statistiks

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	8

Hasil Uji Reliabilitas Y

**Reliability Statistiks**

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	6

*Lampiran 5.3*

Hasil Uji Statistik Deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	1	5	4.08	.884
X1.2	100	1	5	4.02	.864
X1.3	100	2	5	4.09	.767
X1.4	100	2	5	4.10	.759
X1.5	100	1	5	4.18	.796
X1.6	100	2	5	3.96	.803
X1.7	100	1	5	4.00	.876
X1.8	100	2	5	4.00	.791
X1.9	100	2	5	4.12	.715
X1.10	100	2	5	4.14	.739
TotalX1	100	20	50	40.69	6.413
X2.1	100	1	5	3.77	.973
X2.2	100	1	5	3.83	.888
X2.3	100	2	5	3.98	.791
X2.4	100	2	5	4.12	.769
X2.5	100	1	5	4.04	.790
X2.6	100	2	5	3.86	.829

X2.7	100	2	5	3.95	.809
X2.8	100	1	5	3.94	.851
TotalX2	100	18	40	31.49	5.353
Y1	100	1	5	3.95	.833
Y2	100	1	5	4.04	.887
Y3	100	2	5	3.95	.821
Y4	100	2	5	4.02	.804
Y5	100	2	5	3.99	.810
Y6	100	2	5	4.27	.649
TotalY	100	13	30	24.22	3.561
Valid N (listwise)	100				

### X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	R	17	17.0	17.0	22.0
	S	42	42.0	42.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	R	18	18.0	18.0	23.0
	S	46	46.0	46.0	69.0

	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	R	16	16.0	16.0	19.0
	S	50	50.0	50.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	R	21	21.0	21.0	22.0
	S	45	45.0	45.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	R	15	15.0	15.0	17.0
	S	45	45.0	45.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0

	Total	100	100.0	100.0	
--	-------	-----	-------	-------	--

### X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	R	19	19.0	19.0	24.0
	S	51	51.0	51.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	3	3.0	3.0	5.0
	R	17	17.0	17.0	22.0
	S	49	49.0	49.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	R	13	13.0	13.0	19.0
	S	56	56.0	56.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	R	17	17.0	17.0	18.0
	S	51	51.0	51.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	R	12	12.0	12.0	15.0
	S	53	53.0	53.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	4	4.0	4.0	8.0
	R	25	25.0	25.0	33.0
	S	45	45.0	45.0	78.0
	SS	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	6	6.0	6.0	7.0
	R	25	25.0	25.0	32.0
	S	45	45.0	45.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	R	20	20.0	20.0	24.0
	S	50	50.0	50.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	R	18	18.0	18.0	20.0
	S	46	46.0	46.0	66.0

	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	R	20	20.0	20.0	22.0
	S	49	49.0	49.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	R	21	21.0	21.0	28.0
	S	51	51.0	51.0	79.0
	SS	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0

	R	20	20.0	20.0	25.0
	S	50	50.0	50.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	R	21	21.0	21.0	26.0
	S	48	48.0	48.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	R	19	19.0	19.0	24.0
	S	51	51.0	51.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	2	2.0	2.0	4.0

	R	19	19.0	19.0	23.0
	S	44	44.0	44.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0	6.0
	R	18	18.0	18.0	24.0
	S	51	51.0	51.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	R	19	19.0	19.0	23.0
	S	48	48.0	48.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0

	R	18	18.0	18.0	23.0
	S	50	50.0	50.0	73.0
	SS	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	R	5	5.0	5.0	7.0
	S	57	57.0	57.0	64.0
	SS	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5.4 Hasil Uji Asumsi Klasik  
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.93254556
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.048
	Negative	-.090
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.047 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 5.5 Hasil Uji Hipotesis  
Hasil Uji Mann-Whitney

### Test Statistics<sup>a</sup>

	Pelayanan
Mann-Whitney U	1338.500
Wilcoxon W	6388.500
Z	-8.973
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

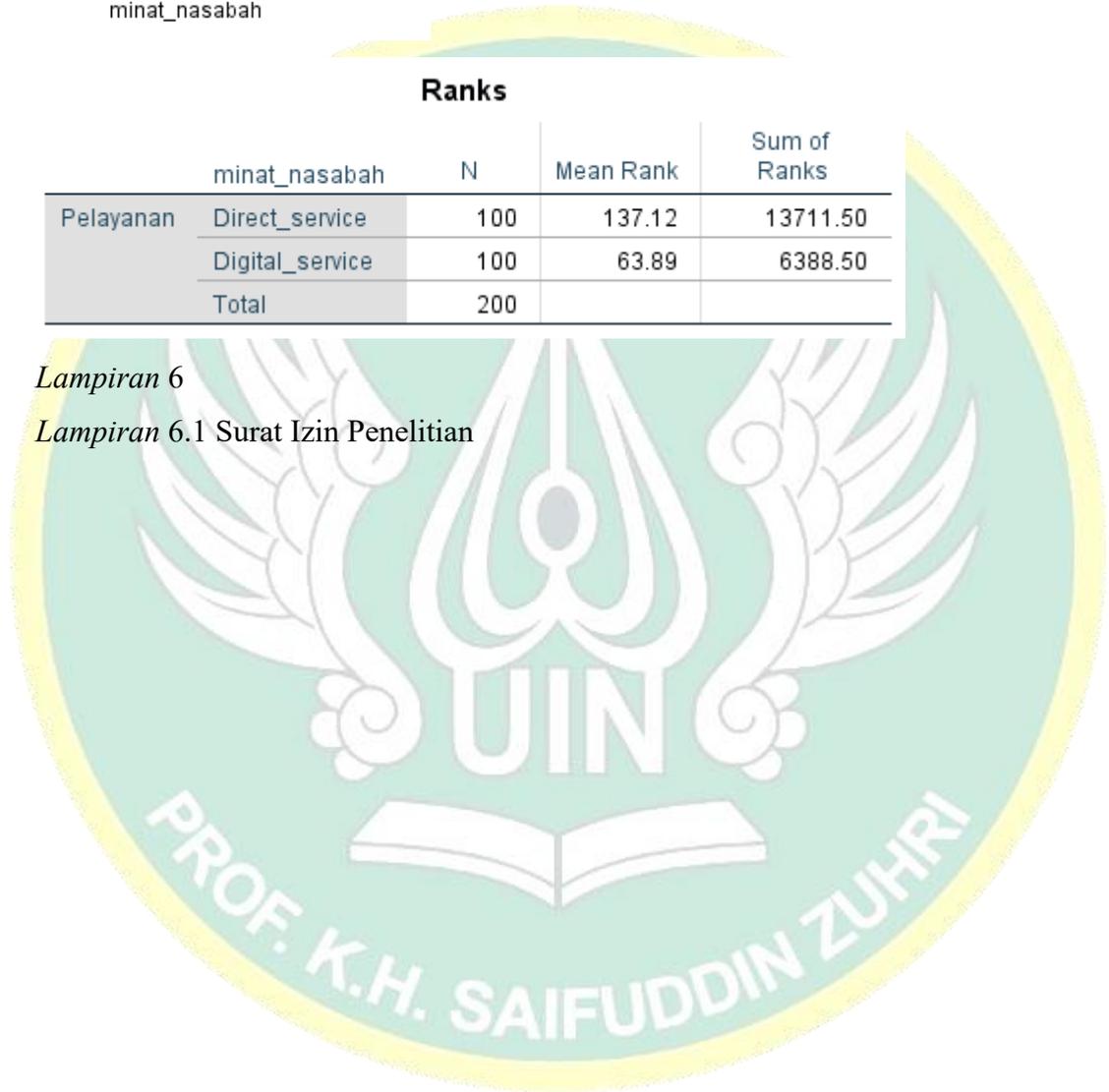
a. Grouping Variable:  
minat\_nasabah

### Ranks

	minat_nasabah	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Pelayanan	Direct_service	100	137.12	13711.50
	Digital_service	100	63.89	6388.50
	Total	200		

Lampiran 6

Lampiran 6.1 Surat Izin Penelitian



23 Mei 2025  
No. 05/0335-3/9142



Kepada  
UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jl. Ahmad Yani No. 40  
Purwokerto

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk  
KCP Banyumas Sokaraja  
Jl. Jenderal Sudirman No. 69  
Sokaraja Banyumas 53181  
Jawa Tengah  
T : +62 281 6540 915  
www.bankbsi.co.id

Perihal : **PERSETUAN PENELITIAN (RISET)**

Assalaamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh  
Semoga Bapak/Ibu dan seluruh pegawai senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan  
senantiasa mendapat perlindungan dari Allah SWT.

Menunjuk perihal diatas dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan riset dalam  
rangka penulisan penelitian dapat dilaksanakan dengan keterangan sebagai berikut :

No.	Nama	Jurusan/Universitas	Judul Penelitian
1	Mutiara Putri Purnami	Perbankan Syariah/UIN K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	Perbandingan direct service dan digital service pada minat nasabah dalam pembuatan rekening baru di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia di Purwokerto)

Selama pelaksanaan riset/penelitian harap memperhatikan dan mematuhi ketentuan  
sebagai berikut:

1. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang  
bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkan kepada pihak lain.
2. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin ( *fotocopy* ) data dan membuat salinan  
dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
3. Peserta melaksanakan riset selama 2 bulan dan bila diperlukan dapat diperpanjang  
dengan jangka waktu maksimal 1 minggu.
4. Peserta riset dibawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
5. Peserta riset menyerahkan 1 buah *copy* hasil yang telah diperiksa/disetujui oleh  
pembimbing dan pejabat Bank Syariah Indonesia.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama nya kami ucapkan terima kasih.  
Wassalaamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

PT. BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.  
KCP BANYUMAS SOKARAJA

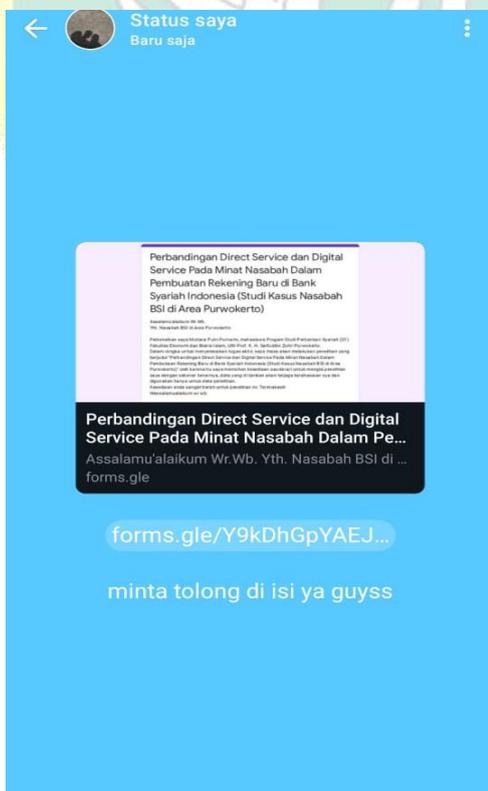
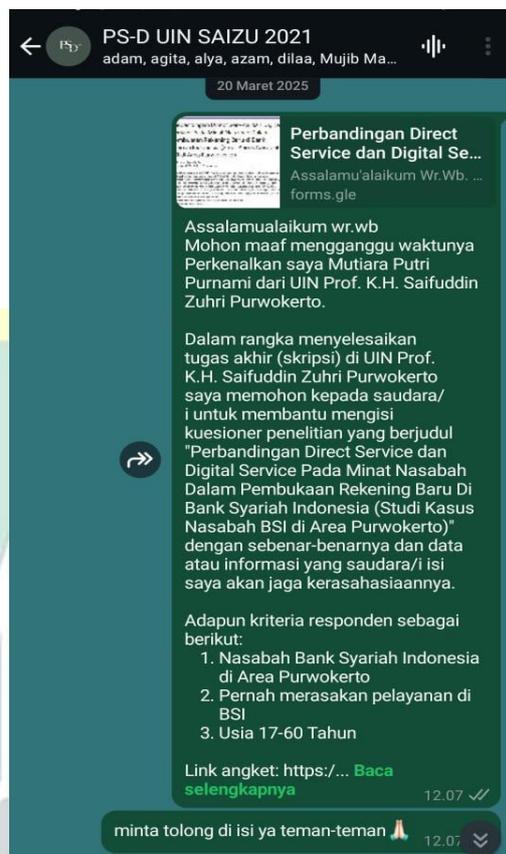
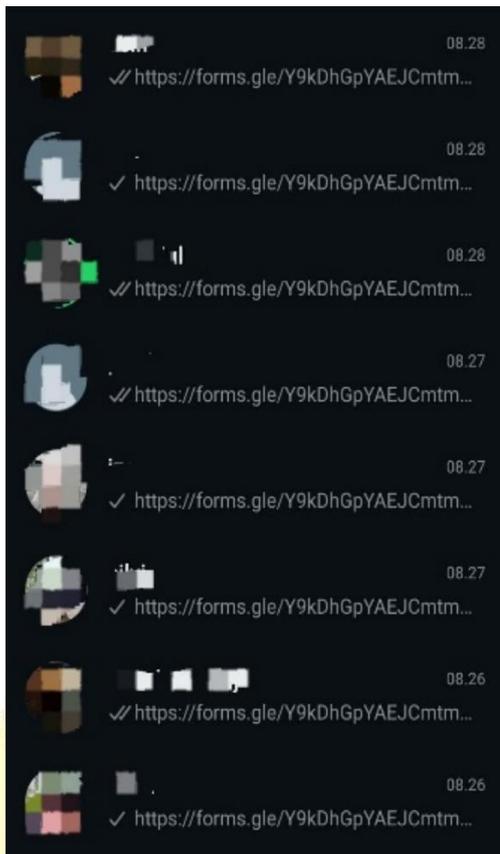


**RUSENO**  
Branch Operation Supervision Manager

Lampiran 6.2 Distribusi Kuesioner offline



Lampiran 6.2 Distribusi Kuesioner online



Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

**Daftar Riwayat Hidup**

**A. Identitas Diri**

Nama : Mutiara Putri Purnami  
NIM : 214110202221  
Tempat/ Tanggal Lahir : Banyumas, 24 Maret 2003  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Nama Ayah : Maman  
Nama Ibu : Eni  
Alamat : Karangsalam kidul, RT 03 RW 5,  
Kedungbanteng, Banyumas  
No. Hp : 08178532987  
Email : [mutiara24032004@gmail.com](mailto:mutiara24032004@gmail.com)

**B. Riwayat Pendidikan**

SD : SD N 1 Bobosan  
SMP : MTs Al-Ikhsan Beji  
SMA : MAN 2 Banyumas  
Perguruan Tinggi (Dalam Proses) : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**C. Pengalaman Organisasi**

1. Departemen Advokasi Sosial dan Keagamaan HMJ Perbankan Syariah 2022/2023
2. Ketua Komunitas Marketing Perbankan Syariah 2023/2024

Purwokerto, 30 April 2025



**Mutiara Putri Purnami**

