

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan hasil dan temuan penelitian berdasarkan hipotesis yang dibangun penelitian ini. Hasilnya dibentuk menjadi tiga bagian pernyataan dalam penelitian. Bagian pertama memberikan informasi umum tentang responden. Bagian kedua mencakup semua temuan yang berkaitan dengan metode yang digunakan untuk menentukan Kualitas Layanan *Website* BSI Terhadap Perolehan Informasi Nasabah Pada (Studi Pada Nasabah BSI KC A Silondae 2 Kendari). Untuk menjelaskan hasil temuan dalam penelitian ini menggunakan 96 responden yang merupakan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Kot. Dari sampel yang dikumpulkan dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0.

4.1 HASIL

4.1.1 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden menggambarkan tentang karakteristik responden yang merupakan sesuatu yang erat hubungannya dengan ciri responden secara individu, atau dengan kata lain karakteristik responden akan keadaan, sifat atau ciri-ciri khusus yang dapat memberikan gambaran tentang keadaan responden tersebut.

a. Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin yang dijadikan sebagai responden tentang kualitas layanan website BSI terhadap perolehan informasi nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	35	35%
2	Perempuan	65	65%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden dengan kategori jenis kelamin terbagi menjadi 35 orang laki-laki dan 65 perempuan jika dilihat dari presentase dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih banyak jika dibandingkan dengan laki-laki yakni sebesar 65 %. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa pengguna Website BSI khususnya pada nasabah BSI A Silondae 2 Kendari lebih dominan digunakan oleh perempuan dibandingkan laki-laki.

b. Responden Menurut Umur

Untuk mengetahui lebih jelas mengenai umur responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Responden Menurut Usia

Tabel 4.2

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	21 Tahun	27	23%
2	21-25 Tahun	69	69%
3	26-30 Tahun	4	4%
4	31-35 Tahun	0	0%
5	36-40 Tahun	0	0%
6	> 40 Tahun	0	0%
Jumlah		100%	100%

Sumber: Data Primer di Olah, 2022

Dari tabel 4.2 Di atas, memperlihatkan bahwa responden yang menunjukkan nasabah yang menggunakan *website* BSI sebagian besar umur responden berusia 21-25 tahun, yaitu sebanyak 69%, usia 21 tahun sebanyak 23%, usia 26-30 tahun sebesar 4%, usia 36-40 2%.

c. Responden Menurut Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3

Berdasarkan Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	D3	3	3%
2	S1	73	73%
3	S2	2	2%
4	S3	1	1%
5	Lainnya	21	21%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4 di atas memperlihatkan bahwa responden yang menunjukkan bahwa pengguna *website* BSI dengan responden berdasarkan pendidikan yakni D3 sebesar 3% , S1 sebesar 73%, S2 sebesar 2%, S3 sebesar 1% dan Lainnya sebesar 21%.

d. Responden Menurut Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Berdasarkan Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pengusaha	6	6%
2	PNS	2	2%
3	Karyawan Swasta	27	27%
4	Pelajar/Mahasiswa	62	62%
5	Lainnya	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.4 diatas memperlihatkan beberapa responden bahwa responden yang menunjukkan bahwa pengguna *website* BSI dengan responden berdasarkan pekerjaan yakni pengusaha sebesar 6%, PNS sebesar 2%, Karyawan swasta sebesar 27%, pelajar/mahaasiswa 62%, dan lainnya sebesar 3%.

e. Responden Menurut Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Tabel 4.5

No	Penghasilan	Jumlah	Presentase
1	< 1 Tahun	62	62%
2	1 Juta- 5 Juta	38	38%
3	6 Juta- 10 Juta	0	0%
4	11 Juta- 15 Juta	0	0%
5	16 Juta-20 Juta	0	0%
6	>20 Juta	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2022

Dari tabel 4.5 diatas memperlihatkan beberapa responden bahwa responden yang menunjukkan bahwa pengguna *website* BSI dengan responden berdasarkan penghasilan yakni < 1 Tahun sebesar 62%, 1 Juta- 5 Juta sebesar 38%, 6 Juta- 10 Juta sebesar , 16 Juta-20 Juta , >20 juta tidak ditemukan.

f. Responden Menurut Lama Menjadi nasabah BSI

Tabel 4.6

No	Lama Menggunakan BSI	Jumlah	Presentase
1	<1 Tahun	39	39%
2	1-5 Tahun	61	61%
3	6- 10 Tahun	0	0%
4	11-15 Tahun	0	0%
5	>15 Tahun	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer di olah 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang merupakan nasabah *website* BSI yang menggunakan *website* di lihat dari lama menggunakan lebih lama kurang lebih selama setahun (<1 Tahun) merupakan responden terbanyak yakni sebesar 39%, 1-5 tahun sebanyak 61%, 6-10 tahun, 11-15 dan > 15 tahun lebih tidak ditemukan.

Responden berdasarkan menggunakan *Website* BSI

Tabel 4.7

No	Penggunaan	Jumlah	Presentase
1	Ya	100	100%
2	Tidak	0	0%
Jumlah		100	100%

4.1.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif variabel penelitian bertujuan untuk menginterpretasikan makna masing-masing variabel berdasarkan distribusi frekuensi dan rata-rata skor jawaban responden yang dikategorikan dalam lima kategori skala likert. Adapun masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut:

A. Analisis Deskriptif Variabel “Kualitas Layanan” (X1)

Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini, diukur dengan 3 indikator yang meliputi: Kualitas pengguna, Kualitas Informasi, Kualitas interaksi. Berdasarkan skala pengukuran data yang digunakan, rentang skala dimulai dari 1 yakni sangat tidak setuju (STS) sampai angka 5 yakni sangat setuju (SS).

Adapun tanggapan dari responden pada Kualitas Layanan *Website* BSI dengan menggunakan alat ukur kuesioner disajikan pada Tabel 4. Sebagai berikut:

Tabel 4.8 Uji Frekuensi

Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X)

Indikator Variabel	Item (Butir)	Frekuensi (f) dan Persentase (%) Jawaban Responden										Rata-Rata (Mean)	
		STS (1)		TS (2)		N(3)		S (4)		SS (5)		Item	Indikator
		f	%	F	%	F	%	f	%	F	%		
Kualitas Penggunaan	X1.1	1	1%	1	1%	18	18%	52	52%	28	28%	4,05	3,972
	X1.2	3	3%	0	0%	19	19%	47	47%	31	31%	4,03	
	X1.3	1	1%	1	1%	32	32%	47	47%	19	19%	3,82	
	X1.4	1	1%	4	4%	22	22%	45	45%	28	28%	3,95	
	X1.5	1	1%	1	1%	21	21%	50	50%	27	27%	4,01	
Kualitas Informasi	X2.1	1	1%	0	0%	24	24%	45	45%	30	30%	4,03	3,9775
	X2.2	1	1%	3	3%	28	28%	44	44%	24	24%	4,01	
	X2.3	1	1%	0	0%	26	26%	49	49%	24	24%	3,95	
	X2.4	1	1%	0	0%	27	27%	50	50%	22	22%	3,92	
Kualitas Interaksi	X3.1	1	1%	0	0%	23	23%	51	51%	25	25%	3,99	3,93
	X3.2	1	1%	0	0%	24	24%	55	55%	20	20%	3,93	
	X3.3	1	1%	0	0%	28	28%	53	53%	18	18%	3,87	
Rata-rata Variabel Kualitas Layanan												3,96	

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Hasil penelitian deskriptif responden menunjukkan bahwa dari lima pertanyaan/pernyataan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (mean) untuk variabel *Kualitas Layanna* diperoleh nilai keseluruhan sebesar 3,96. Nilai rata-rata tanggapan responden berasal dari tiga indikator *Kualitas Layanan* yaitu Kualitas Penggunaan dengan nilai rata-rata 3,972 Kualitas Informasi nilai rata-rata 3,9775 sedangkan, Kualitas Interaksi nilai

rata-rata 3,93. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa yang mendapatkan nilai rata-rata tertinggi pada indikator ke 2 yakni Kualitas Informasi yang dimana nilai rata-rata yang didapatkan menyentuh angka 3,9775.

B. Analisis Deskriptif Variabel Perolehan Informasi “Y”

Variabel Perolehan Informasi pada penelitian ini diukur menggunakan 3 indikator, yaitu Y1, Y2 dan Y3. Adapun tanggapan dari responden pada nasabah *Website BSI* Kendari yang telah dikumpulkan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Deskripsi Variabel Perolehan Informasi (Y)

Indikator Variabel	Item (Butir)	Frekuensi (f) dan Persentase (%) Jawaban Responden										Rata-Rata (Mean)	
		STS (1)		TS (2)		N(3)		S (4)		SS (5)		Item	Indikator
		f	%	F	%	F	%	f	%	F	%		
Akurat	Y1.1	1	1%	0	0%	32	32%	49	49%	18	18%	3,83	3,825
	Y1.1.2	1	1%	2	2%	33	33%	42	42%	22	22%	3,82	
Tepat Waktu	Y1.2	1	1%	1	1%	34	34%	51	51%	13	13%	3,74	3,74
Relevan	Y1.3	1	1%	0	0%	32	32%	44	44%	23	23%	3,88	3,88
<i>Rata-rata Variabel Perolehan Informasi</i>												3,815	

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Hasil penelitian deskriptif responden telah ditentukan bahwa dari 4 pertanyaan/pernyataan yang diajukan kepada nasabah menghasilkan skor rata-rata (mean) untuk variabel Y atau Perolehan Informasi diperoleh nilai keseluruhan sebesar 3,815. Nilai rata-rata tanggapan responden berasal dari 3

indikator yaitu (Y.1) Akurat, (Y.2) Tepat Waktu, (Y.3) Tepat Waktu. Dari pertanyaan/pernyataan yang telah diajukan dapat dilihat bahwa nilai mean dari tiga indikator menyatakan hampir seimbang, jadi dapat disimpulkan bahwa setelah melihat dari ketiga indikator tersebut yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah indikator Akurat yakni sebesar 3,825. Jadi dapat diartikan setelah melihat tabel deskripsi diatas informasi yang diberikan oleh website BSI untuk nasabah akurat.

4.1.2 Evaluasi Model Analisis Data

1. Uji Instrument

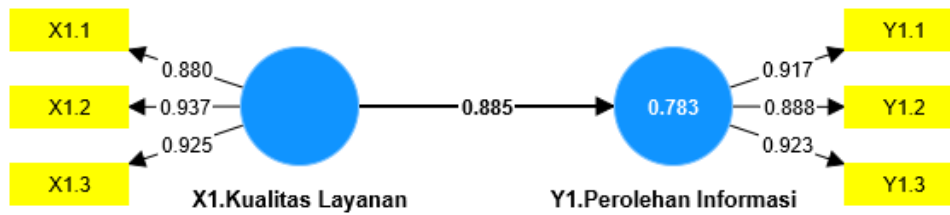
Uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas didistribusikan kepada 100 responden yang merupakan Nasabah yang menggunakan *Website* BSI dari data tersebut maka akan diuji tingkat validitas dan reabilitasnya dari hasil yang didapatkan setelah melakukan uji tersebut maka dari data hasil yang didapat akan digunakan untuk menganalisis lebih lanjut. Kualitas layanan terhadap perolehan informasi nasabah dalam menggunakan *website* BSI maka penelitian ini akan menggunakan alat analisis SmartPLS 4.0

1. Skema Model Partial Least Square (PLS)

Pada penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis Partial Least Square (PLS) dengan program SmartPLS.

Berikut ini adalah skema model program PLS yang diajukan:

Bagan 4.1 Outer Model Hubungan Antar Variabel



Sumber : Hasil olahan data primer, 2022

Pada bagan diatas menunjukkan hubungan antar variabel Kualitas Layanan terhadap Perolehan Informasi. Untuk variabel Kualitas Layanan dimana nilai validitas ditunjukkan X1.1 sebesar 0.880, nilai validitas X1.2 sebesar 0.937, nilai validitas X1.3 sebesar 0.925. Untuk variabel Perolehan Informasi dimana nilai validitas ditunjukkan pada indikator Y1.1 sebesar 0,917, nilai validitas pada indikator Y.1.2 sebesar 0,888, nilai validitas pada indikator Y1.3 sebesar 0.923. Untuk nilai uji T statistik sebesar 0.885, dan untuk nilai Rsquare sebesar 0.783.

2. Evaluasi Pengukuran Model (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* menggambarkan hubungan antara variabel laten dengan variabel manifestnya (indicator). *Outer model* ini menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya atau dapat dikatakan bahwa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya.

1) Analisis Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan sebagai pengukuran bagaimana kelayakan suatu pertanyaan yang telah disajikan dalam bentuk kuesioner mampu mewakili variabel yang diteliti. Dalam

penggunaan smartPLS pengukuran validitas dilakukan dengan 2 cara dan hasil analisis yang sudah dilakukan adalah:

a. *Convergent Validity*

Nilai *Convergent Validity* merupakan tingkatan sejauh mana hasil pengukuran suatu konsep menunjukkan korelasi positif dengan hasil pengukuran konsep lain yang secara teoritis harus berkorelasi positif. Validitas konvergen merupakan bagian dari *measurement model* yang dalam SEM-PLS biasanya disebut sebagai *outer model*. Pengukuran dapat dikategorikan memiliki validitas konvergen apabila nilai *loading faktor* > 0,7.

Tabel 4.10**Hasil Analisis *Convergent Validity***

Indikator Variabel	Item (Butir)	X1.Kualitas Layanan	Y1.Perolehan Informasi
Kualitas Pengguna	X1.1	0.88	
Kualitas Informasi	X1.2	0.937	
Kualitas Interaksi	X1.3	0.925	
Akurat	Y1.1		0.917
Tepat Waktu	Y1.2		0.888
Relevan	Y1.3		0.923

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Hasil pada tabel diatas memperlihatkan bahwa 2 variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti Kualitas Layanan dan Perolehan Informasi. Dapat dilihat dari nilai indikator Kualitas pengguna sebesar $0.88 > 0,5$ maka dinyatakan valid, pada nilai indikator Kualitas Informasi sebesar $0.937 > 0,5$ maka dinyatakan valid, pada nilai indikator Kualitas Interaksi 0.925 . Dan untuk pada nilai indikator Akurat $0.917 > 0,5$ maka dinyatakan valid, pada indikator Tepat Waktu $0.888 > 0,5$ maka dinyatakan valid, pada nilai indikator Relevan $0.923 > 0,5$ maka dinyatakan valid.

Dapat dilihat dari kedua variabel tersebut dalam setiap pertanyaan yang mewakili masing-masing variabel $> 0,5$ maka dapat dinyatakan pertanyaan dari variabel tersebut memenuhi syarat untuk diteliti. Berikut adalah rincian pernyataan pada masing-masing indikator variabel:

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X)

No	Item (Butir)	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Ketetapan	Keterangan
1	X1.1	Kualitas Pengguna	0.88	0,5	Valid
2	X1.2	Kualitas Informasi	0.937	0,5	Valid
3	X1.3	Kualitas Interaksi	0.925	0,5	Valid

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Indikator variabel kualitas layanan pada indikator 1 menunjukkan nilai *outer loading* adalah $0.88 > 0.5$ maka dapat dinyatakan valid. Pada indikator 2 menunjukkan nilai *outer loading* adalah $0.937 > 0.5$ maka dapat dinyatakan valid. Pada indikator ke 3 menunjukkan nilai *outer loading* adalah $0.925 > 0.5$ maka dapat dinyatakan valid. Dari 3 indikator variabel kualitas layanan menunjukkan bahwa nilai *outer loading* $> 0,5$ maka indikator keseluruhan pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid.

Tabel 4.12

Hasil Uji Validitas Variabel Perolehan Informasi (Y)

No	Item (Butir)	Indikator	<i>Outer Loading</i>	Ketetapan	Keterangan
1	Y1.1	Akurat	0.917	0,5	Valid
2	Y1.2	Tepat Waktu	0.888	0,5	Valid
3	Y1.3	Relevan	0.923	0,5	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2022

Indikator variabel perolehan informasi pada indikator 1 menunjukkan nilai *outer loading* adalah $0.917 > 0.5$ maka dapat dinyatakan valid. Pada indikator 2 menunjukkan nilai *outer loading* adalah $0.888 > 0.5$ maka dinyatakan valid. Pada indikator ke 3 menunjukkan nilai *outer loading* adalah $0.923 > 0.5$ maka dinyatakan valid. Dari 3 indikator variabel perolehan informasi menunjukkan bahwa nilai *outer loading* > 0.5 maka indikator variabel perolehan informasi valid.

a. *Discriminat Validity*

Discriminat Validity atau validitas diskriminan akan dilakukan dengan membandingkan nilai *cross loading* tiap indikator serta melihat akar kuadrat AVE (*average variance extracted*). Dilalukannya pengujian ini guna mengetahui sejauh mana setiap indikator dalam penelitian mewakili

konstruknya masing-masing. Hasil temuan pada pengujian ini dengan *average variance extracted* (AVE) menunjukkan bahwa nilai AVE yang dihasilkan setiap variabel yang digunakan lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan memenuhi syarat yang disajikan **Tabel 4** dan juga diperkuat dalam bentuk **Gambar 4** yang menunjukkan grafiknya berwarna hijau dan melewati batas ketentuan 0,5.

Tabel 4.13

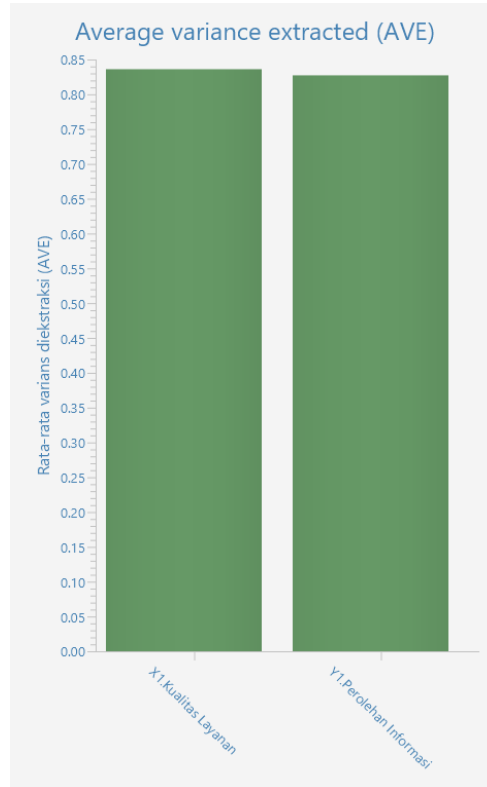
Hasil Analisis *Average Variance Extracted* (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Layanan (X)	0.836
Perolehan Informasi (Y)	0.827

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Grafik 4.1

Average Variance Extracted (AVE)



Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Berdasarkan tabel dan juga gambar diatas, dapat diketahui bahwa nilai variabel kualitas layanan (X) melebihi angka 0.5 yaitu sebesar 0.836 dan untuk variabel perolehan informasi sebagai variabel (Y) mempunyai angka sebesar 0.827 dimana angka variabel ini juga memiliki angka yang sudah melebihi 0.5. Hal ini memperlihatkan semua variabel sudah melebihi angka 0.5 yang artinya bahwa setiap variabel memiliki *discriminat validity* yang baik.

Tabel 4.14

Hasil Analisis *Cross Loading*

	X1.Kualitas Layanan	Y1.Perolehan Informasi
X1.1	0.88	0.77
X1.2	0.937	0.833
X1.3	0.925	0.823
Y1.1	0.818	0.917
Y1.2	0.773	0.888
Y1.3	0.823	0.923

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Berdasarkan hasil tabel yang diatas yang telah diperoleh dapat disimpulkan bahwa masing-masing indicator pada variabel laten memiliki nilai *cross loading* > 0,5 dibandingkan dengan pernyataan lainnya. Untuk variabel Kualitas Layanan pada indikator Kualitas Pengguna nilai *cross loading* adalah $0.88 > 0,5$ maka dinyatakan valid , pada indikator Kualitas Informasi nilai *cross loading* adalah $0.937 > 0,5$ maka dinyatakan valid, pada indikator Kualitas Interaksi nilai *cross loading* adalah $0.925 > 0,5$ maka dinyatakan valid. Untuk variabel Perolehan Informasi pada indikator Akurat nilai *cross loading* adalah $0.925 > 0,5$ maka dinyatakan valid, pada indikator Tepat Waktu nilai *cross loading* adalah $0.888 > 0,5$ maka dinyatakan valid, pada indikator Relevan nilai *cross loading* adalah $0.923 > 0,5$ maka dinyatakan valid.

1) Analisis Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reabilitas digunakan untuk menunjukkan apakah responden konsisten dalam menjawab pertanyaan yang disusun dalam suatu kuesioner yang diteliti. Dalam pengukuran ini ada 2 cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Composite Reability*

Composite Reability digunakan untuk memastikan bahwa nilai *composite reability* dari indikator untuk mengukur konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reability* $> 0,7$ artinya bahwa variabel tersebut memiliki reabilitas yang tinggi meskipun 0,6 masih dapat diterima. Berikut adalah hasil analisis *composite reability* ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4.15

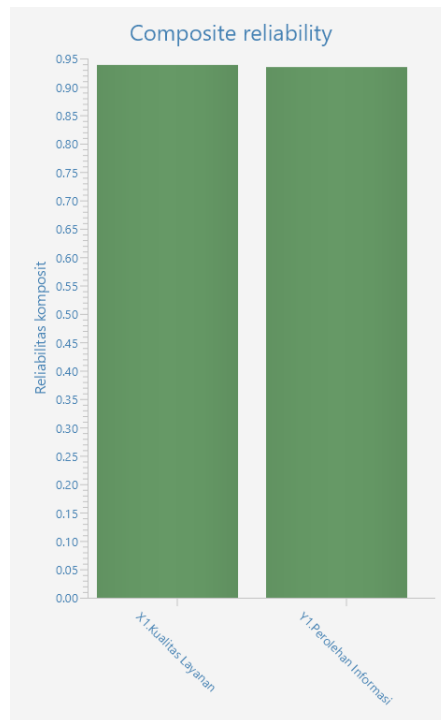
Hasil Analisis *Composite Reability*

	Composite Reability
Kualitas Layanan (X)	0.939
Perolehan Informasi (Y)	0.935

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Grafik 4.2

Composite Reability



Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Nilai *composite reability* yang dihasilkan pada tabel diatas masing-masing indikator variabel > 0.7 , nilai indikator pada variabel kualitas layanan (X) adalah 0.939 ($0.939 > 0.7$), dan pada indikator variabel perolehan informasi (Y) 0.935 ($0.935 > 0.7$). Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan pada masing-masing indikator dari ke 2 variabel tersebut reliabel.

a. *Cronbach's Alpha*

Uji reliabilitas dengan *composite reability* diatas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *cronbach's alpha*. *cronbach's alpha* dikatakan reliabel ketika nilai ketika nilai $> 0,7$. Hasil uji reabilitas *cronbach's alpha* dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

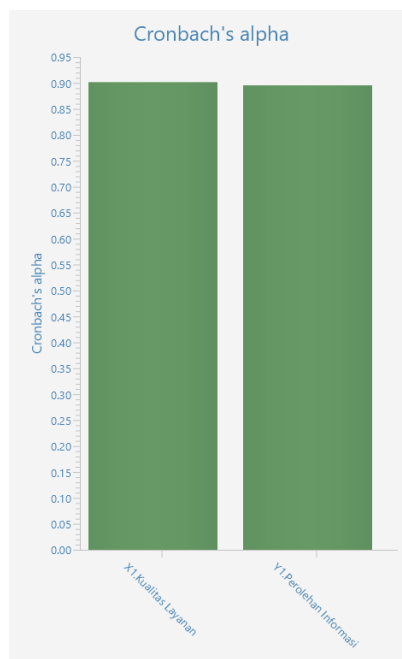
Tabel 4.16

	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kualitas Layanan (X)	0.902
Perolehan Informasi (Y)	0.895

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Grafik 4.3

Cronbach's Alpha



Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Hasil dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil nilai *Cronbach's Alpha* dari 3 masing-masing indikator variabel > 0.7 , nilai indikator variabel kualitas layanan (X) adalah 0.902 ($0.902 > 0.7$), nilai indikator variabel perolehan informasi (Y) adalah 0.895 ($0.895 > 0.7$). Hasil ini dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian telah memenuhi

persyaratan *cronbach's alpha*, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang digunakan telah reliabel.

1) Pengujian Model Struktural (*inner model*)

a. Koefisien Determinant (*R-Square*)

Pengujian *inner model* atau model structural dengan PLS ini digunakan untuk menentukan dan melihat nilai *R-square* untuk variabel dependent laten. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independent tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Untuk melihat nilai *R-square* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17

Koefisien Determinan (R-square)

	R-square	Adjusted R-square
Perolehan Informasi (Y)	0.783	0.781

Sumber: Hasil olah data primer, 2022

Berdasarkan hasil *R-Square* diatas digunakan untuk melihat nilai *R-Square* pada variabel dependen sebesar 0.783 yang artinya bahwa pengaruh variabel kualitas layanan (X) dan variabel perolehan informasi (Y) memberikan nilai sebesar 0.783 yang dapat di aplikasikan di

tunjukkan oleh variabel kualitas layanan sebesar 0.783 atau 21,7% dijelaskan oleh variabel lain.

a. Analisis Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk membandingkan *t hitung* dan *t tabel*. Uji ini dilakukan untuk membuktikan dalam penelitian ini ada/ tidaknya pengaruh hubungan antar variabel. Untuk menjawab hipotes pada penelitian ini maka dapat dilakukan dengan melihat hasil dari *t Statistic* dan *P Values*. Hipotesis dapat diterima apabila *P Value* < 0.05. Untuk nilai t hitung di lihat pada tabel *path coefficient* yang berada pada *bootstrapping* SmartPLS.

Tabel 4.18

Path Coeffisient

Model	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
X1.Kualitas Layanan -> Y1.Perolehan Informasi	0.885	0.883	0.034	25.919	0.000

Sumber: Hasil olahan data primer, 2022

Dapat dilihat bahwa pengaruh terbesar ditunjukkan pada pengaruh indikator kualitas layanan terhadap variabel perolehan informasi dengan nilai sebesar 25.919.

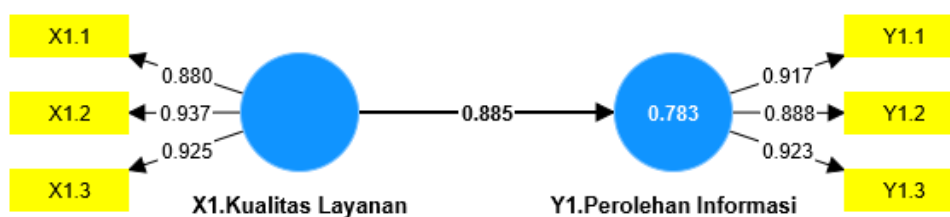
Berdasarkan tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan model dalam variabel ini memiliki nilai *path coefficient* yang positif. Hal ini dapat diketahui karena semakin besar nilai *path coefficient* maka semakin kuat juga pengaruh atau hubungan antar variabel independen dan variabel dependen tersebut.

Untuk menentukan signifikan atau tidaknya dapat dilihat dengan *p value* dimana hasil analisisnya, sebagai berikut:

Secara parsial nilai yang dihasilkan variabel kualitas layanan terhadap perolehan informasi nasabah dengan t statistic 25.919 dan *p value* 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t statistic > t tabel dimana t tabel adalah (db = n-1 untuk n= 100, dimana n adalah jumlah sampel yakni= 100 dan k adalah jumlah variabel yang digunakan dengan taraf signifikan 5% adalah 1, 984) maka nilai statistic > t tabel (25.919 > 1, 984) dan *P value* < 0,05. Berdasarkan pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan (X) berpengaruh signifikan terhadap perolehan informasi (Y).

GAMBAR 4.19

Hubungan Antar Variabel



Pada bagan diatas menunjukkan hubungan antar variabel Kualitas Layanan terhadap Perolehan Informasi. Untuk variabel Kualitas Layanan dimana nilai validitas ditunjukkan X1.1 sebesar 0.880, nilai validitas X1.2 sebesar 0.937, nilai validitas X1.3 sebesar 0.925. Untuk variabel Perolehan Informasi dimana nilai validitas ditunjukkan pada indikator Y1.1 sebesar 0,917, nilai validitas pada indikator Y.1.2 sebesar 0,888, nilai validitas pada indikator Y1.3 sebesar 0.923. Untuk nilai uji T statistik sebesar 0.885, dan untuk nilai R-square sebesar 0.783.

4.1 PEMBAHASAN

Penelitian ini menguji Pengaruh Kualitas Layanan *Website* Bank Syariah Indonesia Terhadap Perolehan Informasi Nasabah (Studi Pada Nasabah BSI KC A Silondae 2 Kendari).

BSI merupakan salah satu perbankan yang berhasil memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pelayanan bagi nasabahnya dengan memanfaatkan website sebagai media informasi, promosi, dan transaksi digital. Bank tersebut memiliki layanan website yang diakses melalui alamat "<https://www.bankbsi.co.id/>" sebagai media informasi untuk keperluan seperti melakukan transaksi perbankan secara online, dari website <https://www.bankbsi.co.id/>, tersebut dapat diperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan Bank BSI, seperti profil perusahaan, informasi produk atau jasa yang tersedia, dan promosi produk baru.

Website BSI juga menyediakan form pembuka rekening untuk tabungan secara online, dan menyediakan fitur informasi seperti produk dan layanan

yang ada di dalam website BSI, pembiayaan, tabungan, layanan haji dan umroh, investasi, dan info bisnis. Untuk nasabah, fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk mengakses informasi setiap saat dan dimanapun.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

4.1.1 Pengaruh Kualitas Layanan Website Bank Syariah Indonesia Terhadap Perolehan Informasi

Output path coefficient ditunjukkan bahwa nilai t statistic untuk variabel kualitas layanan (X) terhadap perolehan informasi nasabah (Y) sebesar 25.919 yang dimana nilai ini $>$ t tabel (1, 984), yang artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap perolehan informasi nasabah secara parsial.

Nilai koefisien pada variabel kualitas layanan pada *output path coefficient* sebesar 0.885 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap perolehan informasi berpengaruh positif. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat kualitas layanan tidak menurunkan perolehan informasi nasabah dalam menggunakan *website* BSI. Dengan kata lain nasabah percaya keamanan, kenyamanan serta jaminan yang disediakan oleh pihak *website* BSI. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap perolehan informasi nasabah dalam menggunakan *website* BSI diterima.

Dalam salah satu produk digital dari Bank Syariah Indonesia yaitu *Website BSI* memiliki keunggulan dari ciri khas produk dan layanan yang membedakan dengan *website bsi* dari perbankan konvensional, ciri khas

tersebut terletak di adanya produk dan layanan seperti dalam produk dan layanan ada Digital Banking yang dimana produk dan layanan tersebut memudahkan seseorang untuk bertransaksi, berbagi, sekaligus beribadah kapanpun dan dimanapun.

Namun, dalam menggunakan *website* BSI tidak selamanya saling menguntungkan. Sistem perbankan di Indonesia dengan menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) masih memiliki banyak kekurangan baik dari faktor internal maupun eksternal. Permasalahan yang terjadi ialah kurangnya minat masyarakat pada tingkat pengguna internet. Dalam menggunakan *website* ini risiko yang mungkin saja akan terjadi ketika seseorang berhasil membobol keamanan pada *website* hal seperti ini biasa disebut *hacker* mereka menguasai IT dan untuk *hacker* yang handal dapat dengan mudah melihat serta mencuri data nasabah yang sistem keamanannya tergolong lemah yang dapat merugikan pihak nasabah, meskipun begitu dengan resiko yang cukup tinggi menyurutkan keinginan nasabah untuk tetap loyal dalam menggunakan *website* BSI hal ini karena nasabah percaya akan keamanan dan jaminan yang disediakan oleh pihak *website* BSI.

Berdasarkan hasil hipotesis penelitian, ini sesuai yang dilakukan oleh Yunita, (2020) dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan *Website* BNI Syariah Terhadap Perolehan Informasi Nasabah di Kota Bogor”, berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem navigasi, aksesibilitas, konten, relevan, kepercayaan merupakan faktor yang paling dominan atau faktor yang paling dominan

atau faktor utama untuk mengetahui kualitas layanan *website* BNI Syariah terhadap perolehan informasi nasabah. Sedangkan faktor desain *website*, informasi terkini, keamanan bertransaksi, kemudahan berkomunikasi merupakan faktor pendukung untuk kualitas layanan *website* BNI Syariah terhadap perolehan informasi nasabah.

Hasil hipotesis penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Maharay (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Website *perpusbungkarno.perpusnas.go.id* Terhadap Kepuasan Pengguna”, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas website sebagai variabel bebas memengaruhi variabel terikat yaitu kepuasan pengguna pada pengguna yang mengakses website *perpusbungkarno.perpusnas.go.id* dan besarnya pengaruh variabel bebas kualitas website terhadap variabel terikat kepuasan pengguna dapat dilihat dari uji analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa pengaruh kualitas website terhadap kepuasan pengguna sebesar 38,2% dan sisanya 61,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Berikut adalah beberapa hasil dari karakteristik responden:

1. Pada jenis kelamin dilihat Kembali pada tabel 4.1 bahwa yang menggunakan website lebih banyak perempuan dibanding laki-laki. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa pengguna website lebih banyak perempuan di bandingkan dengan laki-laki. Hal ini disebabkan perempuan sebagai makhluk yang gemar bersosialisasi dan lebih banyak menggunakan internet. Hal ini dibuktikan pada penelitian yang

dilakukan oleh Rina Sari Kusuma dengan judul “Penggunaan Internet Oleh Dosen Berdasarkan Gender dan Generasi” hasil dari penelitian tersebut Responden perempuan generasi Y mengaku sering menggunakan internet untuk belanja *online*, sedangkan responden laki-laki lebih banyak mengakses situs akademik seperti scribd dan academia.

2. Pada responden menurut usia dilihat Kembali pada tabel 4.2 bahwa yang menggunakan website BSI sebagian besar umur responden berusia 21-25, yaitu sebanyak 69%, usia 21 tahun 27%, usia 26-30 4%. Alasan mengapa remaja lebih banyak menggunakan website yaitu untuk mencari sumber informasi tercepat dan mudah di akses dan tidak memerlukan waktu yang lama. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi adalah usia, generasi milenial memiliki beberapa perilaku khas yang berbeda dibanding orang tua. Hal ini dibuktikan juga oleh <https://dataindonesia.id> Remaja di indonesia lebih banyak menggunakan internet di bandingkan orang tua. Ini terlihat dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dimana tingkat penetrasi internet di kelompok usia 19-25 tahun mencapai 99,16% pada tahun 2021-2022.
3. Responden Menurut Pendidikan Dari tabel 4.3 di atas memperlihatkan bahwa responden yang menunjukkan bahwa pengguna *website* BSI dengan responden berdasarkan pendidikan yakni D3 sebesar 3% , S1 sebesar 73%, S2 sebesar 2%, S3 sebesar 1% dan Lainnya sebesar

21%. Hal ini dibuktikan “smkn1dk.sch.id” dapat disimpulkan bahwa teknologi memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam bidang pendidikan. Terdapat banyak manfaat yang diambil guna membantu pendidikan dalam melaksanakan proses kegiatan belajar mengajar dan komunikasi sebagai kontrol peserta didik dirumah maupun kontrol orang tua disekolah.

4. Dari tabel 4.4 diatas memperlihatkan beberapa responden bahwa responden yang menunjukkan bahwa pengguna *website* BSI dengan responden berdasarkan pekerjaan yakni pengusaha sebesar 6%, PNS sebesar 2%, Karyawan swasta sebesar 27%, pelajar/mahaasiswa 62%, dan lainnya sebesar 3%. Website dibutuhkan dalam pekerjaan untuk mencari tahu atau memberi kemudahan untuk mengakses suatu informasi.
5. Dari tabel 4.5 diatas memperlihatkan beberapa responden bahwa responden yang menunjukkan bahwa pengguna *website* BSI dengan responden berdasarkan penghasilan yakni < 1 Tahun sebesar 62%, 1 Juta- 5 Juta sebesar 38%, 6 Juta- 10 Juta sebesar, 16 Juta-20 Juta, >20 juta tidak ditemukan.