

## ABSTRAK

**Ika Aulia.** 2020. *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Reputasi dan Kualitas*

*Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Internet Banking di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing : (1) Drs. Nispan Rahmi, M.Ag. (II) Rohana Faridah, SE., MM.

**Kata Kunci :** Pengetahuan Nasabah, Reputasi dan Kualitas Pelayanan.

Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi dalam bentuk *Internet Banking* saat ini menjadi perhatian khusus sekaligus senjata utama bagi suatu bank untuk menyampaikan informasi dan persaingan antar bank. *Internet banking* juga memudahkan nasabah untuk melakukan kegiatan perbankan tanpa harus pergi ke bank atau ATM, disamping itu *internet banking* juga mempunyai resiko yang bisa merugikan nasabahnya dan juga pihak bank.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan nasabah, reputasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan *internet banking* di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Dengan rumusan masalah dilihat secara Parsial dan Simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Objek penelitian ini adalah pengetahuan nasabah (X1), reputasi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan nasabah (Y), subyek dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *internet banking* yang dijadikan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji T dan uji F dengan menggunakan SPSS 22 *for windows*.

Penelitian ini menghasilkan. Pertama: berdasarkan hasil analisis terhadap tiga variabel independen yang terdiri dari pengetahuan nasabah (X1), reputasi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan nasabah (Y) menggunakan *internet banking* di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, ternyata yang berpengaruh secara parsial adalah variabel kualitas pelayanan (X3) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,800 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ).

Kedua: berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka semua variabel independen yang terdiri dari pengetahuan nasabah (X1), reputasi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah (Y) menggunakan *internet banking* di PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Hal itu dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 21,448  $> F_{tabel}$  sebesar 2,70 dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ .