BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Bagian ini menggambarkan keadaan responden yang berjumlah 100 orang yang merupakan nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: gambaran jenis kelamin, usia responden, pekerjaan dan pendidikan terakhir. Dari 100 kuesioner yang telah disebar, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang diperoleh menunjukkan gambaran sebagai berikut:

a. Jenis kelamin

Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	**F**	**%**
Laki-laki	52	52
Perempuan	48	48
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dari tabel jenis kelamin diatas, dapat dilihat bahwa terdapat 52 orang atau 52% responden berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan selebihnya sebanyak 48 orang atau 48% responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan

bahwa sebagian besar nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang ditemui penulis dalam proses pengumpulan data adalah laki-laki.

b. Umur Responden

Menurut Simamora (2004) keputusan pembelian suatu barang dan jasa akan berubah seiring dengan perubahan usia sedangkan kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia.[1]

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur

Kelompok Umur	**F**	**%**
17-25 tahun	44	44
26-35 tahun	27	27
36-45 tahun	13	13
46-55 tahun	15	15
56-60 tahun	1	1
65 tahun keatas	0	0
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan keterangan tabel di atas, memperlihatkan bahwa nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang diambil sebagai responden sebagian besar berumur 17-25 tahun.sebanyak 44 orang atau 44%, Bagi penulis, umur 17-25 tahun ini masuk dalam kategori masa remaja akhir. Selanjutnya data responden yang berumur 26-35 tahun sebanyak 27 orang atau 27%, yang berumur 36-45 tahun ada 13 orang atau 13%, yang berumur 46-55 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, dan 1 orang atau hanya 1% yang

[1]Aprilia Wahyu Dini, "Analisis Preferensi Nasabah Bank Syariah di Kota Surakarta" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2007), h. 58.

berusia sekitar 56-60 tahun. Dalam proses pengumpulan data ini, penulis tidak menemui responden yang berusia 65 tahun keatas.

c. Pekerjaan Responden

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pada penelitian ini, didapatkan data nasabah dengan latar belakang pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	**F**	**%**
Pelajar / Mahasiswa	32	32
PNS	7	7
Karyawan Swasta	25	25
Wiraswasta	17	17
Lain-lain	19	19
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Pada penelitian ini terdapat 5 jenis pekerjaan responden yaitu pelajar/mahasiswa, PNS, karyawan swasta, wiraswasta, dan lain-lain (berupa ibu rumah tangga, pegawai, guru/pengajar, dosen, dan POLRI). Sebaran total responden masing-masing mempunyai presentase sebagai berikut: nasabah pengguna yang masih pelajar/mahasiswa sebanyak 32% yang merupakan jumlah terbanyak dibanding pekerjaan lainnya, untuk PNS sebanyak 7%, karyawan swasta sebanyak 25%. wiraswasta sebanyak 17%, dan sisanya sebanyak 19% termasuk dalam kategori pekerjaan lain-lain.

d. Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat pendidikan menentukan seseorang dalam menerima pengetahuan dan informasi. Pendidikan yang berbeda akan menyebabkan selera konsumen yang berbeda pula. Menurut Suwarman (2003), konsumen yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih baik akan semakin responsif terhadap informasi, pendidikan juga akan mempengaruhi konsumen dalam pilihan produk maupun merek.[2] Berikut ini data responden dengan latar belakang pendidikan terakhirnya:

Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden

Tingkat Pendidikan Terakhir	**F**	**%**
Tidak Lulus SD	0	0
SD/Sederajat	1	1
SMP/Sederajat	6	6
SMA/Sederajat	49	49
Diploma	10	10
Sarjana	34	34
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dari data responden yang berhasil dikumpulkan berdasarkan kuesioner yang telah diisi, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan responden yang pendidikannya tidak lulus SD artinya 0%, terdapat 1% yang berpendidikan SD/sederajat, sebanyak 6% responden berpendidikan SMP/sederajat, sebanyak 49% responden yang pendidikan terakhirnya SMA/sederajat, 34% untuk nasabah berpendidikan diploma, dan sisanya sebanyak 34% responden

[2]Aprilia Wahyu Dini, "Analisis Preferensi Nasabah Bank Syariah di Kota Surakarta", h. 59.

yang lulusan sarjana. Dapat terlihat bahwa mayoritas nasabah pengguna adalah yang berpendidikan SMA/sederajat.

2. Hasil Persepsi Responden

a. Responden mengetahui tentang fasilitas *E-Channel* perbankan

Tabel 4.5 Pengetahuan Tentang Fasilitas *E-Channel* Perbankan

Jawaban Responden	**F**	**%**
Ya	95	95
Tidak	5	5
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Secara umum dapat dilihat bahwa sebagian besar atau 95% dari total responden menyatakan mengetahui tentang ketiga layanan dari fasilitas *E-Channel* yang disediakan oleh bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Sedangkan sisanya 5% responden menjawab tidak mengetahui sepenuhnya tentang fasilitas *E-Channel* yaitu berupa ATM, *SMS banking*, maupun *internet banking*, walaupun sebenarnya mereka telah memiliki atau menggunakan fasilitas *E-Channel* tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin tidak semuanya mengetahui lebih mendalam apa itu fasilitas *E-Channel* perbankan. Mereka akan mengetahui dan paham apabila diberitahukan terlebih dahulu bahwa ATM, *SMS banking* dan *internet banking* merupakan layanan-layanan yang ada dalam fasilitas *E-Channel* perbankan yang ada di bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

b. Fasilitas *E-Channel* perbankan yang dimiliki.

Tabel 4.6 Jumlah Fasilitas *E-Channel* yang Dimiliki Oleh Responden

Jawaban Responden	**F**	**%**
1 Fasilitas *E-Channel*	59	59
2 Fasilitas *E-Channel*	31	31
Semua Fasilitas *E-Channel* (ATM BNI Syariah, *SMS banking*, dan *internet banking*	10	10
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yaitu sebanyak 59 orang (59%) memiliki satu layanan dari fasilitas *E-Channel* yang disediakan oleh bank, baik itu berupa ATM BNI Syariah, *SMS banking* atau *internet banking*. Namun, bank tetap memfasilitasi bagi nasabah yang ingin memiliki dua atau bahkan semua layanan. Terbukti dari hasil penelitian dari 100 responden ada 31 orang (31%) yang mempunyai dua layanan dan sisanya sebanyak 10 orang (10%) responden memiliki semua fasilitas *E-Channel* bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Tabel 4.7 Pengguna Fasilitas *E-Channel* pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Fasilitas *E-Channel* perbankan	**Jumlah Pengguna dari 100 Responden**
ATM BNI Syariah	92
SMS banking	40
Internet banking	19

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dapat disimpulkan bahwa jumlah terbanyak adalah nasabah yang memiliki layanan ATM BNI Syariah yaitu sebanyak 92 orang dari 100 orang. Posisi kedua nasabah pengguna terbanyak yaitu layanan *SMS banking* ada 40 orang dari 100 orang responden, dan terakhir yang menggunakan *internet banking* hanya 19 orang dari 100 orang responden.

c. Responden mengerti prosedur penggunaan fasilitas *E-Channel* peerbankan.

Tabel 4.8 Pemahaman dalam Prosedur Penggunaan Fasilitas *E-Channel* Perbankan

Jawaban Responden	**F**	**%**
Ya	98	98
Tidak	2	2
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Terlihat jelas dari tabel hasil penelitian di atas bahwa hampir seluruh responden mengerti dalam prosedur penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan yang dimilikinya. Responden yang mengerti prosedur penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan sebanyak 98 orang (98%) sedang sisanya 2 orang (2%) menjawab tidak memahami cara penggunaan dari fasilitas *E-Channel* tersebut. Walaupun sebenarnya mereka pernah memakai layanan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa para responden ini bukan tidak paham sama sekali, hanya saja kurang begitu banyak tahu tentang cara kerja, proses dan prosedur penggunaan dari fasilitas *E-Channel* yang disediakan bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

d. Intensitas penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan.

Tabel 4.9 Intensitas Penggunaan Fasilitas *E-Channel* Pada Bank Bni Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

Intensitas Penggunaan	**F**	**%**
Tidak Pernah Menggunakan	7	7
1-3 kali per bulan	42	42
4-5 kali per bulan	16	16
6-10 kali per bulan	13	13
Lebih dari 10 kali per bulan	22	22
Total	100	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan baik itu berupa pengguna ATM BNI Syariah, *SMS banking* maupun *internet banking* adalah sekitar 1-3 kali setiap bulannya ini termasuk dalam kategori yang tidak begitu sering atau jarang. Selanjutnya responden yang menggunakan lebih dari 10 kali per bulan sebanyak 22 orang (22%) ini merupakan kategori sangat sering. Untuk kategori cukup sering yakni pemakaian 4-5 kali setiap bulannya ada 16 orang (16%) sedangkan kategori sering dengan intensitas pemakaian 6-10 kali per bulan sebanyak 13 orang (13%). Namun, dalam penelitian ini juga ada ditemui responden yang menjawab bahwa mereka tidak pernah sama sekali menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan meskipun mereka memilikinya, nasabah tersebut sedikitnya ada 7 orang (7%) dari 100 responden yang diteliti.

e. Alasan responden yang tidak pernah menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan

Tabel 4.10 Alasan Responden yang Tidak Pernah Menggunakan Fasilitas *E-Channel* yang Disediakan Oleh Bank Bni Syariah Kantor Cabang Banjarmasin

No.	**Alasan**	**Responden yang setuju (orang)**
1	Lebih merasa nyaman datang langsung ke bank	6
2	Tidak cukup mengerti dalam prosedur penggunaan	2
3	Proses transaksi yang rumit	1
4	Merasa kurang aman jika bertransaksi menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan	1
5	Tidak ada kebutuhan yang mengharuskan nasabah menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan	4
6	Nasabah punya alasan tersendiri (alasan lainnya)	2
7	Setuju dengan semua pernyataan	2

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Hasil tabel di atas didapat dari 7 orang responden yang menjawab tidak pernah menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan. Untuk alasan lainnya, responden punya alasan tersendiri mengapa tidak pernah menggunakan. Ada yang menjawab bahwa mereka telah mengalami pengalaman yang kurang baik ketika menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan sehingga memberikan efek jera kepada responden dan ada pula responden yang menyimpulkan bahwa yang menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan ini hanya bagi mereka yang memiliki banyak uang.

Berikut ini alasan responden yang mempunyai dua atau semua fasilitas *E-Channel* yang disediakan oleh bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin,

namun dalam penggunaannya hanya menggunakan salah satunya sedang yang lain tidak dipakai.

Tabel 4.11 Alasan Responden yang Tidak Menggunakan Semua Fasilitas *E-Channel* Perbankan yang Dimilikinya

No.	**Alasan**	**Layanan *SMS Banking***	**Layanan *Internet Banking***
1	Lebih merasa nyaman datang langsung ke bank	1	1
2	Tidak cukup mengerti dalam prosedur penggunaan	2	4
3	Proses transaksi yang rumit	1	3
4	Merasa kurang aman jika bertransaksi menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan	-	2
5	Tidak ada kebutuhan yang mengharuskan nasabah menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan	-	1
6	Nasabah merasa nyaman dan lebih paham penggunaan layanan lain	2	4
7	Setuju dengan semua pernyataan	1	-

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Selebihnya adalah responden yang menggunakan tapi termasuk dalam kategori jarang dalam hal pemakaiannya. Responden paling banyak menggunakan ATM BNI Syariah baru kemudian disusul dengan pengguna *SMS banking* dan terakhir pengguna *internet banking*.

3. Deskriptif Variabel

Dari data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada responden, maka gambaran yang berkaitan dengan preferensi nasabah terhadap penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan dilihat dari variabel *visibility* (kegunaan atau manfaat yang dirasakan), *trust* (kepercayaan),*service*

(layanan),*reliability* (keandalan),*security* (keamanan), *ease of use* (kemudahan dalam menggunakan), dan *subjective norm* (pengaruh orang lain).

Karena dalam penelitian ini terdapat 7 orang yang tidak pernah menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan dari 100 orang responden maka total penggunanya menjadi 93 orang saja. Data deskriptifnya dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel *visibility* atau manfaat yang dirasakan(X_1)

   1) Indikator dapat bertransaksi finansial kapan saja dan dimana saja sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 4.12 Jawaban Responden Tentang Transaksi Finansial Dapat Dilakukan Di Mana Saja dan Kapan Saja

No.	**Alternatif Jawaban**	**F**	**%**
1	Sangat Setuju	45	48,4
2	Setuju	45	48,4
3	Netral	2	2,1
4	Tidak Setuju	1	1,1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap transaksi finansial yang dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja dengan menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju dan hanya 1 orang (1,1%) yang menjawab tidak setuju. Responden yang menjawab netral sebanyak 2 orang (2,1%). Untuk responden yang jawaban sangat setuju dan setuju totalnya sama yaitu sebanyak 45 orang (48,4%). Salah satu tujuan bank menyediakan fasilitas *E-*

Channel adalah untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan di mana saja dan kapan saja. Dari hasil penelitian dinyatakan bahwa banyak nasabah yang sudah dapat merasakan manfaat tersebut.

2) Indikator lebih merasa hemat waktu dan juga biaya.

Tabel 4.13 Jawaban Responden Tentang Merasa Lebih Hemat Waktu dan Biaya

No.	**Alternatif Jawaban**	**F**	**%**
1	Sangat Setuju	40	43
2	Setuju	50	53,8
3	Netral	2	2,1
4	Tidak Setuju	1	1,1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dapat dilihat bahwa sebanyak 50 orang (53,8%) menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa dengan menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan responden menjadi lebih merasa hemat waktu dan biaya. Sebanyak 40 orang (43%) menyatakan sangat setuju, 2 orang (2,1%) menyatakan netral dan sisanya 1 orang (1,1%) memilih tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Ini berarti banyak nasabah yang sudah merasakan manfaat dengan menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan akan menjadi lebih efektif dan efisien karena transaksi yang cepat, mudah dan murah.

b. Variabel *trust*atau kepercayaan(X_2)

1) Indikator tanggung jawab bank terhadap risiko yang dihadapi nasabah.

Tabel 4.14Jawaban Responden Tentang Bank Bertanggung Jawab Terhadap Risiko yang Dihadapi Nasabah

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	19	20,4
2	Setuju	57	61,3
3	Netral	16	17,2
4	Tidak Setuju	1	1,1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden tentangtanggung jawab bank terhadap risiko yang dihadapi nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju dan hanya 1 orang (1,1%) yang menjawab tidak setuju. Responden yang menjawab setuju ada 57 orang (61,3%) ini merupakan jumlah jawaban terbanyak, ada 19 orang (20,4%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 16 orang (17,2%) menyatakan netral. Jadi, banyak responden yang yakin dan setuju bahwa bank akan tanggung jawab terhadap risiko yang dihadapi nasabah dalam menggunakan setiap layanan dari *E-Channnel*.

2) Indikator bank menjamin keamanan nasabah.

Tabel 4.15 Jawaban Responden Tentang Bank Menjamin Keamanan Nasabah

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	23	24,7
2	Setuju	59	63,4
3	Netral	9	9,7
4	Tidak Setuju	1	1,1
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dilihat dari tabel di atas, sebagian besar responden yaitu 59 orang (63,4%) menyatakan setuju bahwa bank akan menjamin keamaan nasabah. Sebanyak 23 orang (24,7%) responden menjawab sangat setuju, 9 orang (9,7%) menjawab netral, dan untuk responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing hanya 1 orang (1,1%). Ini menunjukkan bahwa alasan nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* karena mereka yakin bahwa bank akan memberikan keamanan sepenuhnya ketika nasabah melakukan transaksi.

3) Indikator reputasi bank menjadi salah satu pertimbangan nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan.

Tabel 4.16Jawaban Responden Tentang Reputasi Bank Menjadi Pertimbangan dalam Penggunaan Fasilitas *E-Channel* Perbankan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	12	13
2	Setuju	48	51,6
3	Netral	31	33,3
4	Tidak Setuju	2	2,1

5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dari data di atas, pernyataan tentang reputasi bank menjadi salah satu pertimbangan nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan, 12 orang (13%) responden yang menjawab bahwa mereka sangat setuju, 48 orang (51,6%) menjawab setuju, yang menjawab netral sebanyak 31 orang (33,3%), dan sisanya menyatakan tidak setuju yaitu sebanyak 2 orang (2,1%). Dalam kuesioner, tidak ditemukan responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dapat dilihat dengan jelas dari tabel bahwa banyak nasabah yang setuju dengan alasan bahwa reputasi bank juga memiliki pengaruh dalam hal penggunaan fasilitas *E-Channel*.

c. Variabel *service*yaitu layanan yang diberikan (X_3)

1) Indikator merasa nyaman dengan adanya fasilitas *E-Channel* perbankan.

Tabel 4.17Jawaban Responden Tentang Merasa Nyaman dengan Adanya Fasilitas *E-Channel* Perbankan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	33	35,5
2	Setuju	52	55,9
3	Netral	8	8,6
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat kita ketahui bahwa tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan bahwa dengan adanya fasilitas *E-Channel* ini nasabah pengguna akan merasa nyaman artinya 0%. Sedangkan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 33 orang (35,5%), yang menjawab setuju sebanyak 52 orang (55,9%) ini merupakan jawaban yang paling banyak dipilih oleh responden, dan sisanya responden yang menjawab netral sebanyak 8 orang (8,6%). Hal ini membuktikan bahwa nasabah memang merasa lebih nyaman dengan semua layanan-layanan yang disediakan dalam fasilitas *E-Channel*.

2) Indikator kecepatan transaksi yang dirasakan.

Tabel 4.18Jawaban Responden Tentang Kecepatan Transaksi

No.	**Alternatif Jawaban**	**F**	**%**
1	Sangat Setuju	39	41,9
2	Setuju	39	41,9
3	Netral	13	14,1
4	Tidak Setuju	2	2,1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Data di atas menyatakan bahwa frekuensi responden yang menjawab sangat setuju dan menjawab setuju sama yaitu masing-masing sebanyak 39 orang (41,9%) dengan pernyataan bahwa dengan menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan yang mereka miliki, mereka merasakan kecepatan transaksi jika dibandingkan dengan datang langsung ke bank.

Responden yang menjawab netral sebanyak 13 orang (14,1%) dan sisanya 2 orang (2,1%) menjawab tidak setuju. Mereka yang menjawab tidak setuju beranggapan bahwa karena layanan-layanan dalam fasilitas *E-Channel* perbankan ini menggunakan sistem teknologi maka kadang ada saat proses transaksi menjadi sedikit terhambat.

3) Indikator merasa puas dengan kualitas layanan dari fasilitas *E-Channel* perbankan.

Tabel 4.19Jawaban Responden Tentang Kepuasan dengan Kualitas Layanan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	30	32,2
2	Setuju	50	53,8
3	Netral	12	12,9
4	Tidak Setuju	1	1,1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dari data penelitian di atas diperoleh bahwa sebanyak 50 orang (53,8%) responden menyatakan setuju dengan kepuasan yang didapat dari setiap penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan yang dimiliki oleh responden. Kemudian yang menjawab sangat setuju juga cukup banyak yakni 30 orang (32,2%), yang menjawab netral 12 orang (12,9%), hanya 1 orang (1,1%) yang menjawab tidak setuju, dan tidak ditemui responden yang menjawab sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

4) Indikator bank memberikan kemudahan untuk dapat mengakses setiap layanan.

Tabel 4.20Jawaban Responden Tentang Bank Memberikan Kemudahan dalam Mengakses Layanan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	32	34,4
2	Setuju	52	55,9
3	Netral	9	9,7
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 52 orang (55,9%) dari 93 orang responden paling banyak setuju dengan pernyataan bahwa bank memberikan kemudahan dalam setiap akses layanan dan yang menjawab sangat setuju juga cukup banyak yakni ada 32 orang (34,4%), kemudian sisanya responden yang menjawab netral sedikitnya ada 9 orang (9,7%). Tidak ditemui responden yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini tentu ditopang dengan kerja para karyawan bank terutama *customer service* yang siap melayani para nasabah yang mungkin mengalami kesulitan dalam hal mengakses setiap fitur di dalam fasilitas *E-channel*.

d. Variabel *reliability*yaitu keandalan (X_4)

1) Indikator memberikan fitur sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 4.21Jawaban Responden TentangFasilitas *E-Channel* Memberikan Fitur Sesuai Kebutuhan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	35	37,6
2	Setuju	45	48,4
3	Netral	13	14
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas tentang pernyataan bahwa fasilitas *E-Channel* mampu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pengguna terdapat 35 orang (37%) responden menyatakan sangat setuju, 45 orang (48,4%) menyatakan hanya setuju, kemudian sisanya sebanyak 13 orang (14%) menyatakan netral. Tidak ditemukan responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Ini berarti para pengguna fasilitas *E-Channel* benar-benar menggunakan karena memang ada kebutuhan di dalamnya bukan semata-mata hanya untuk sekedar memiliki namun tidak pernah terpakai.

2) Indikator memberikan kemudahan dan kecepatan akses data.

Tabel 4.22Jawaban Responden Tentang Fasilitas *E-Channel* Memberikan Kemudahan dan Kecepatan Akses Data

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	36	38,7
2	Setuju	42	45,2
3	Netral	15	16,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat 36 orang (38,7%) responden menyatakan sangat setuju, 42 orang (45,2%) menyatakan hanya setuju, kemudian sisanya sebanyak 15 orang (16,1%) menyatakan netral tentang pernyataan bahwa fasilitas *E-Channel* mampu memberikan kemudahan dan kecepatan akses data. Tidak ditemukan responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Menurut penulis, hal ini tentu saja didukung dengan sistem teknologi yang canggih sehingga kemudahan dan kecepatan akses data lebih terjamin dan hasilnya banyak responden yang menyatakan setuju.

3) Indikator lebih akurat jika dibandingkan layanan lainnya.

Tabel 4.23Jawaban Responden Tentang Fasilitas *E-Channel* Lebih Akurat Jika Dibandingkan dengan Layanan Lain

No.	**Alternatif Jawaban**	**F**	**%**
1	Sangat Setuju	11	11,8
2	Setuju	53	57
3	Netral	29	31,2
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dari tabel di atas berdasarkan pernyataan bahwa fasilitas *E-Channel* lebih akurat jika dibandingkan dengan layanan yang lain, mayoritas responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 53 orang (57%) dari 93 orang responden. Kemudian responden yang menyatakan netral ada 29

orang (31,2%), jumlah ini lebih banyak jika dibanding responden yang menyatakan sangat setuju. Responden yang menjawab sangat setuju hanya ada 11 orang (11,8%) saja. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Karena jumlah terbanyak responden menyatakan setuju maka pernyataan bahwa keakuratan suatu layanan merupakan salah satu alasan pengguna fasilitas *E-Channel* perbankan.

e. Variabel *security* atau keamanan (X_5)

1) Indikator memberikan penjagaan dan perlindungan privasi.

Tabel 4.24Jawaban Responden Tentang Penjagaan dan Perlindungan Privasi

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	15	16,1
2	Setuju	66	71
3	Netral	12	12,9
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, responden paling banyak menyatakan setuju bahwa fasilitas *E-Channel* yang digunakan memberikan penjagaan dan perlindungan privasi. Responden yang menyatakan setuju tersebut sebanyak 66 orang (71%), 15 orang (16,1%) yang menyatakan sangat setuju dan sisanya sebanyak 12 orang (12,9%) menyatakan netral. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

2) Indikator merasakan keamanan data, keamanan proses serta keamanan operasi saat bertransaksi.

Tabel 4.25Jawaban Responden Tentang Keamanan Data, Proses, dan Operasi Saat Bertransaksi

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	16	17,2
2	Setuju	66	71
3	Netral	11	11,8
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Pernyataan bahwa nasabah pengguna merasakan keamanan data, keamanan proses serta keamanan dalam melakukan proses transaksi, dari tabel di atas terlihat mayoritas responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 66 orang (71%), yang menyatakan sangat setuju ada 16 orang (17,2%) dan yang menyatakan netral hanya 11 orang (11,8%). Responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak ditemukan dalam indikator ini.

Dalam fasilitas *E-Channel* perbankan, hal keamanan tentu menjadi jaminan bank untuk para nasabahnya, begitu pula halnya dengan bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin. Salah satu caranya adalah dengan adanya PIN (*Personal Identification Number*) pada setiap transaksi ketika menggunakan layanan ATM, *SMS banking*, dan *internet banking*. Maka wajar saja banyak responden yang menyatakan setuju dengan pernyataan yang berkenaan dengan hal keamanan dari fasilitas *E-Channel* perbankan.

f. Variabel *ease of use* yaitu kemudahan dalam hal menggunakan (X_6)

1) Indikator kemudahan untuk diakses dan digunakan.

Tabel 4.26Jawaban Responden Tentang Kemudahan Untuk Diakses dan Digunakan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	39	41,9
2	Setuju	49	52,7
3	Netral	5	5,4
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, banyak yang sudah memahami prosedur penggunaan setiap layanan *E-Channel* yang dimiliki. Terbukti banyak responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju dengan pernyataan bahwa alasan dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* karena kemudahan untuk diakses dan digunakan. Masing-masing frekuensinya adalah 39 orang (41,9%) untuk yang sangat setuju dan 49 orang (52,7%) untuk yang setuju, kemudian sisanya 5 orang (5,4%) yang menyatakan netral.

2) Indikator tampilan yang menarik dan mudah dimengerti.

Tabel 4.27Jawaban Responden Tentang Tampilan yang Menarik dan Mudah Dimengerti

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	14	15
2	Setuju	52	56
3	Netral	24	25,8
4	Tidak Setuju	3	3,2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Untuk pernyataan tentang tampilan yang menarik dan mudah dimengerti dalam penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan dari tabel di atas dapa dilihat responden menyatakan setuju lebih banyak yaitu sebanyak 52 orang (56%), yang menyatakan sangat setuju ada 14 orang (15%), lalu yang menyatakan netral terdapat 24 orang (25,8%). Namun, ada 3 orang (3,2%) responden yang berpendapat tidak setuju apabila alasan mereka menggunakan hanya karena tampilan yang menarik. Mereka berpendapat tidak setuju ini karena untuk masalah tampilan produk atau tampilan pada saat mengakses biasa saja, sama saja antar setiap bank dan mereka lebih memprioritaskan manfaatnya daripada sekedar tampilan yang menarik.

g. Variabel *subjective norm*yaitu pengaruh dari orang lain (X_7)

1) Indikator menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan karena pengaruh ajakan orang lain baik keluarga maupun teman.

Tabel 4.28Jawaban Responden Tentang Menggunakan Fasilitas *E-Channel*Karena Pengaruh Ajakan Orang Lain

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	8	8,6
2	Setuju	38	40,9
3	Netral	25	26,9
4	Tidak Setuju	18	19,3
5	Sangat Tidak Setuju	4	4,3
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, jawaban responden sangat bervariasi tentang apakah pengguna memakai fasilitas *E-Channel* karena ajakan

orang lain (keluarga maupun teman) atau tidak. Responden yang menjawab sangat tidak setuju ada 4 orang (4,3%) dan yang jawaban tidak setuju ada 18 orang (19,3%) ini merupakan jumlah yang cukup banyak dari 93 orang responden. Mereka yang berpendapat demikian berarti mereka menggunakan fasilitas *E-Channel* adalah karena kemauan diri sendiri dan karena sesuai dengan kebutuhan si pengguna. Responden yang berpendapat netral ada 25 orang (26,9%), yang menyatakan sangat setuju hanya 8 orang (8,6%) saja dan yang menyatakan setuju tetap menjadi mayoritas dalam indikator ini yakni sebanyak 38 orang (40,9%).

2) Indikator menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan karena rekomendasi dari pegawai bank.

Tabel 4.29Jawaban Responden Tentang Menggunakan Fasilitas *E-Channel* Karena Rekomendasi dari Pegawai Bank

No.	**Alternatif Jawaban**	**F**	**%**
1	Sangat Setuju	15	16,1
2	Setuju	55	59,2
3	Netral	15	16,1
4	Tidak Setuju	8	8,6
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan hasil penelitian di atas tentang alasan penggunaan fasilitas *E-Channel* apakah karena rekomendasi dari pihak bank atau tidak, diketahui responden yang menyatakan setuju sebanyak 55 orang (59,2%), jumlah responden yang menyatakan sangat setuju dan netral masing-

masing 15 orang (16,1%), dan ada 8 orang (8,6%) responden yang tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Mayoritas respoden menyatakan setuju karena seperti kita ketahui bank selalu menawarkan setiap layanan produk dan jasa yang terbaik untuk para nasabahnya tidak terkecuali dengan layanan ATM, *SMS banking* dan *internet banking* yang ada dalam fasilitas *E-Channel* perbankan.

h. Variabel preferensi nasabah (Y)

1) Indikator fasilitas *E-Channel* sangat memenuhi harapan dan sesuai dengan kebutuhan dari nasabah pengguna.

Tabel 4.30Jawaban Responden Tentang Fasilitas *E-Channel* Memenuhi Harapan dan Sesuai Kebutuhan

No.	**Alternatif Jawaban**	**F**	**%**
1	Sangat Setuju	29	31,2
2	Setuju	53	57
3	Netral	11	11,8
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel pernyataan fasilitas *E-Channel* memenuhi harapan dan sesuai kebutuhan pengguna, responden yang menyatakan setuju ada 53 orang (57%) merupakan nasabah mayoritas dalam indikator ini. Kemudian 29 orang (31,2%) yang menyatakan sangat setuju dan sisanya ada 11 orang (11,8%) menyatakan netral. Ini menunjukkan bahwa sejauh ini layanan-layanan dalam fasilitas *E-Channel* perbankan BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin yang berupa ATM BNI Syariah, *SMS banking*,dan *internet*

banking sudah cukup mampu memenuhi harapan serta menyesuaikan dengan setiap kebutuhan-kebutuhan nasabah pengguna dalam setiap melakukan transaksi finansial.

2) Indikator nasabah merasa puas sehingga akan cenderung lebih sering menggunakan.

Tabel 4.31Jawaban Responden Tentang Kepuasan Dalam Layanan Sehingga Lebih Cenderung Menggunakan Fasilitas *E-Channel* Perbankan

No.	**Alternatif Jawaban**	**F**	**%**
1	Sangat Setuju	21	22,6
2	Setuju	57	61,3
3	Netral	15	16,1
4	Tidak Setuju	0	0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		93	100

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, dapat kita lihat tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju ataupun sangat tidak setuju dengan pernyataan kepuasaan dan kecendrungan dalam hal penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan. Sebanyak 57 orang (61,3%) menyatakan setuju, 21 orang (22,6%) menjawab sangat setuju, dan sisanya 15 orang (16,1%) menjawab netral. Ketika suatu layanan produk dan jasa mampu memenuhi harapan seseorang, sesuai dengan kebutuhan si pengguna, dan merasakan kepuasan dengan hasil kerja layanan tersebut maka seseorang akan cenderung lebih sering menggunakannya.

B. Hasil Analisis Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r_{hitung} bandingkan dengan r_{tabel} di mana df=n-2 dengan sig 5%. Jika r tabel < r hitung maka valid.[3]

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 93 maka nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel r *product moment pearson* dengan df (*degree of freedom*) = n-2, jadi df = 93-2 = 91, maka r_{tabel} = 0,172. Berikut hasil dari uji validitas pada penelitian *Preferensi Nasabah Terhadap Penggunaan Fasilitas E-Channel Perbankan*, dengan bantuan SPSS 16 *for windows* (dapat dilihat pada lampiran) pada tabel berikut ini:

Tabel 4.32Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Visibility (manfaat yang dirasakan)	1	0,452	0,172	Valid
	2	0,590	0,172	Valid
Trust(kepercayaan)	3	0,553	0,172	Valid
	4	0,478	0,172	Valid
	5	0,289	0,172	Valid
Service (layanan)	6	0,641	0,172	Valid
	7	0,709	0,172	Valid
	8	0,732	0,172	Valid
	9	0,714	0,172	Valid

[3]V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), h. 192.

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Reliability (keandalan)	10	0,782	0,172	Valid
	11	0,710	0,172	Valid
	12	0,648	0,172	Valid
Security(keamanan)	13	0,550	0,172	Valid
	14	0,622	0,172	Valid
Ease of use(kemudahan dalam menggunakan)	15	0,608	0,172	Valid
	16	0,353	0,172	Valid
Subjective norm(pengaruh orang lain)	17	0,308	0,172	Valid
	18	0,582	0,172	Valid
Preferensi nasabah	19	0,610	0,172	Valid
	20	0,667	0,172	Valid

Sumber: Hasil penelitian 2015 (data diolah)

Dari tabel hasil uji validitas instrumen data, dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel,}$ maka dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.[4]

Berikut ini hasil uji reliabilitas penelitian dengan menggunakan SPSS 16 *for windows* yaitu:

[4]*Ibid*, h. 192.

Tabel 4.33 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	20

Dapat terlihat dari nilai Cronbach's Alpha di atas, jika nilai Alpha > 0,60 maka item-item pernyataan dari setiap variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Nilai Cronbach's Alpha adalah 0,888 lebih besar dari 0,60 maka dinyatakan reliabel.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan di antara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.[5]

[5]*Ibid*, h. 185.

Setelah melalui perhitungan SPSS 16 *for windows*, nilai VIF pada penelitian preferensi nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.34Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.948	1.080		.878	.383		
	x1	.154	.105	.150	1.466	.146	.620	1.612
	x2	.004	.067	.006	.066	.947	.742	1.348
	x3	.035	.068	.070	.514	.609	.355	2.818
	x4	.215	.097	.319	2.207	.030	.311	3.216
	x5	.240	.123	.208	1.953	.054	.576	1.736
	x6	-.015	.109	-.014	-.137	.891	.663	1.508
	x7	.121	.073	.166	1.664	.100	.653	1.530

a. Dependent Variable: y

Dari tabel di atas, nilai VIF dari hasil uji asumsi klasik masih di antara 1-10 jadi tidak terjadi multikolinieritas yang artinya tidak ada hubungan antar variabel bebas atau variabel independen.

2. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (dL dan

dU).[6]Model pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan:

a. Jika DW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
b. Jika DW terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
c. Jika DW terletak antara dL dan dU atau di antara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Tabel 4.35 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.668[a]	.447	.401	.862	2.227

a. Predictors: (Constant), x7, x1, x5, x2, x6, x3, x4
b. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dalam tabel di atas, diperoleh nilai DW sebesar 2,227. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5%, jumlah sampel (n) 93 dan jumlah k = 7 (k adalah jumlah variabel independen), maka diperoleh nilai dU dan nilai dL adalah 1,80176 dan 1,52818 dan nilai (4–dU) sebesar 2,19824 sedangkan nilai (4–dL) adalah 2,47182. Jadi, disimpulkan dalam penelitian ini bahwa (4-

[6]*Ibid*, h. 186.

dU)< DW < (4–dL) atau 2,19824 < 2,227 < 2,47182 karena nilai DW (2,227) berada pada daerah dU dan dL, makaartinya tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot. Cara lain dalam uji heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan uji glejser. Menurut Gujarati (1995) uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel bebas.[7]Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu:

a. Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
b. Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan cara uji glejser menggunakan SPSS 16 *for windows*:

Tabel 4.36Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

[7]*Ibid,* h. 190.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.014	.573		.024	.981
	x1	.040	.056	.096	.716	.476
	x2	-.021	.035	-.072	-.592	.556
	x3	-.006	.036	-.028	-.158	.875
	x4	.049	.052	.181	.958	.341
	x5	.015	.065	.032	.229	.819
	x6	-.028	.058	-.063	-.486	.628
	x7	.024	.039	.082	.628	.532

a. Dependent Variable: abs_res

Hasil yang ditampilkan bahwa semua variabel yang dipakai dalam penelitian preferensi nasabah terhadap penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan ini nilai signifikansinya > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas data sampel.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normal kolmogorov-sminov.

Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal dan jika Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.[8]

Tabel 4.37Hasil Uji Normalitas dengan Cara Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.82889283
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.815
Asymp. Sig. (2-tailed)		.519

a. Test distribution is Normal.

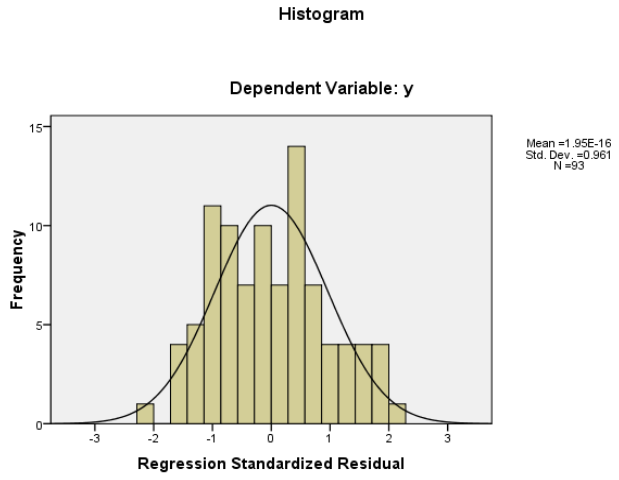
Berdasarkan hasil uji normalitas dengan cara uji kolmogorov-smirnov dalam tabel 4.37 di atas, diperoleh nilai KSZ sebesar 0,815 dan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,519 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa data berdistribusi normal.

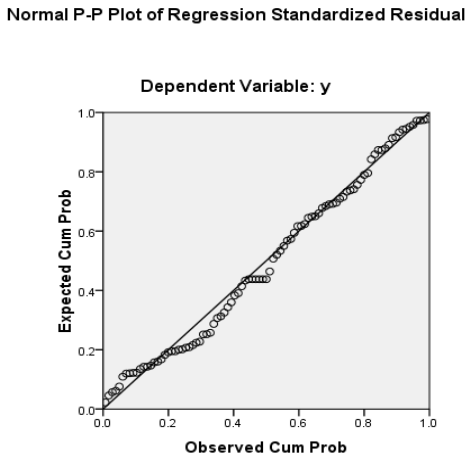
Dalam penelitian ini, uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan *histogram regression residual* serta melihat diagram normal

[8]*Ibid*, h. 52-55.

P-P Plot regression standardized dengan bantuan SPPS 16 *for windows* menghasilkan gambar sebagai berikut:

Gambar 4.1 dan 4.2 Hasil Uji Histrogram dan P-Plot





Berdasarkan gambar 4.1. di atas, di mana grafik histrogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kiri ataupun ke kanan yang artinya data berdistibusi normal. Selanjutnya pada gambar 4.2 (P-P Plot) terlihat titik-titik

mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

D. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu *visibility* (kegunaan atau manfaat yang dirasakan), *trust* (kepercayaan),*service* (layanan),*reliability* (keandalan),*security* (keamanan), *ease of use* (kemudahan dalam menggunakan), dan *subjective norm* (pengaruh orang lain) terhadap variabel terikat yaitu preferensi nasabah. Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + e$$

Keterangan:

Y : Preferensi nasabah

X_1 : *Visibility* (manfaat yang dirasakan)

X_2 : *Trust* (kepercayaan)

X_3 : *Service* (layanan)

X_4 : *Reliability* (keandalan)

X_5 : *Security* (keamanan)

X_6 : *Ease of use* (kemudahan dalam menggunakan)

X_7 : *Subjective norm* (pengaruh orang lain)

a : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi

e : *error*

Untuk mengetahui bagaimana preferensi nasabah pengguna terhadap penggunaan fasilitas *E-Channel* perbankan maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis penelitian terhadap variabel-variabel dengan pengujian, yaitu uji koefisien determinasi, uji F (uji Simultan) dan uji t (uji signifikan parsial).

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan SPPS 16 *for windows*. Berikut hasil perhitungannya:

1. Uji koefisien determinasi

   Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, jika R^2 = 0 berarti tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan apabila nilai R^2 = 1 maka ada hubungan antara variasi Xdan Y atau variasi dari Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

   Tabel 4.38Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668[a]	.447	.401	.862

a. Predictors: (Constant), x7, x1, x5, x2, x6, x3, x4

   Berdasarkan tabel 4.38 di atas, nilai *adjusted* R^2 dalam penelitian ini adalah sebesar 0,401. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel *independent* yaitu *visibility* (kegunaan atau manfaat yang dirasakan), *trust*

(kepercayaan),*service* (layanan),*reliability* (keandalan),*security* (keamanan), *ease of use* (kemudahan dalam menggunakan), dan *subjective norm* (pengaruh orang lain) terhadap variabel *dependent*preferensi nasabah yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 40,10%, sedangkan sisanya 59,90% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

2. Uji F (uji Simultan)

Tabel 4.39 Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.070	7	7.296	9.811	.000[a]
	Residual	63.210	85	.744		
	Total	114.280	92			

a. Predictors: (Constant), x7, x1, x5, x2, x6, x3, x4

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel 4.39 di atas, nilai F hitung sebesar 9,811, di mana nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,206 (9,811>2,206) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000, di mana nilai ini lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama semua variabel bebas (*visibility*, *trust*,*service*,*reliability*,*security*, *ease of use*, dan *subjective norm*) dalam penelitian ini berpengaruh signifikanterhadap variabel terikat (preferensi nasabah).

3. Uji t (uji signifikan parsial)

Uji t digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jika dalam pengujian

dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabelindependen tidak sama dengan nol, maka variabelindependentersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabelindependen sama dengan nol, maka variabelindependen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.40 Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.948	1.080		.878	.383
	x1	.154	.105	.150	1.466	.146
	x2	.004	.067	.006	.066	.947
	x3	.035	.068	.070	.514	.609
	x4	.215	.097	.319	2.207	.030
	x5	.240	.123	.208	1.953	.054
	x6	-.015	.109	-.014	-.137	.891
	x7	.121	.073	.166	1.664	.100

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji t di atas, terdapat 6 variabel yang memiliki nilai signifikansi > 0,05 yaitu: variabel X_1 (*visibility*) 0,146, variabel X_2 (*trust*) 0,947, variabel X_3 (*service*) 0,609,variabel X_5 (*security*) 0,054, variabel X_6 (*ease of use*) 0,891, dan variabel X_7 (*subjective norm*) 0,100. Kemudian sisanya satu variabel yang nilai signifikansi < 0,05 yaitu variabel X_4 (*reliability*).

Jadi, variabel*reliability* (X_4)saja yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan semua layanan yang ada di dalam fasilitas *E-Channel* perbankan. Variabel*reliability* (X_4) bernilai koefesien positif, dengan t_{hitung} sebesar 2,207 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,988 dan tingkat signifikansi 0,030 lebih kecil dari 0,05, maka $H_o$dalam penelitian ini diterima.Penelitian ini mengidentifikasi bahwa ada pengaruh antara faktor keandalan dengan alasan nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan.

E. Analisis Deskriptif

1. Preferensi nasabah terhadap penggunaan fasilitas *E-Channel* pada bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan hasil penyajian analisis data pada halaman-halaman sebelumnya, dapat dilihat bahwa hampir seluruh responden dari nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin menggunakan ATM BNI Syariah dalam melakukan transaksi keuangan di luar jam kerja bank. Kemudian disusul dengan pengguna *SMS banking* dan terakhir pengguna *internet banking*.

Sebagai layanan yang paling tua, wajar jika ATM memiliki jumlah pengguna terbesar. Hingga saat ini, layanan *e-banking* yang paling laku adalah ATM karena jumlah transaksinya paling besar. Setiap bank menjagokan layanan *e-banking* yang berbeda sebagai pendamping ATM,

misalnya mengandalkan layanan melalui telepon seluler . Layanan *SMS banking* termasuk yang paling laris selain ATM. Melalui *SMS banking* nasabah bisa mendapatkan informasi mengenai jumlah saldo terakhir mereka. Nasabah tidak perlu repot datang ke bank hanya untuk mengecek transaksi mereka.[9]

Karena memang kelebihan dalam layanan ATM yaitu terletak pada transaksi penarikan tunainya, sehingga nasabah lebih mudah untuk mengambil uang tanpa perlu antri di bank dengan mesin ATM yang bisa ditemui di banyak tempat. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian, nasabah pengguna ATM BNI Syariah ini hampir semua kalangan umur baik tua maupun muda banyak memiliki dan menggunakan ATM BNI Syariah, ini artinya prosedur dari penggunaannya memang sangat mudah dimengerti sesuai dengan kebutuhan dari nasabah itu sendiri. Di sini terlihat faktor pribadi berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan. Seperti yang diungkapkan Philip Kotler bahwa karakteristik pribadi itu di antaranya meliputi usia, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup serta kepribadian.

Jenis transaksi yang paling laris dalam layanan *e-banking* di kebanyakan bankadalah pembayaran tagihan. Penarikan tunai melalui mesin ATM menempati urutan kedua transaksi yang paling banyak di *e-banking*. Baru

---

[9]Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, h. 229.

setelah itu, transaksi transfer dana. Dari urutan-urutan transaksi itu saja, bank sudah punya alasan untuk menyediakan layanan *e-banking*. Jika sebuah bank memiliki layanan *e-banking*, maka nasabah bank cenderung lebih loyal.[10]

2. Variabel yang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa variabel/faktor yang dianggap berpengaruh besar terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* pada bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin, variabel-variabel tersebut adalah *visibility* (manfaat yang dirasakan), *trust* (kepercayaan),*service* (layanan),*reliability* (keandalan),*security* (keamanan), *ease of use* (kemudahan dalam menggunakan), dan *subjective norm* (pengaruh orang lain). Penulis tidak menambahkan variabel yang berkaitan dengan syariah karena memang dari variabel yang dianalisis, penulis meanggap tidak ada variabel yang bertentangan dengan kesyariahan. Ketika membuat suatu pilihan maka manusia akan menentukan nilai relatif dari suatu produk dan jasa. Konsumsi yang Islami merupakan konsumsi yang tidak melanggar dengan selalu berpedoman pada ajaran Islam. Seperti kita ketahui fasilitas *E-Channel* ini adalah layanan jasa perbankan yang disediakan oleh bank syariah dan juga bank konvensional yang tujuannya adalah untuk memberikan kemudahan bagi nasabahnya dengan cara mengurangi kegiatan di *counter* bank dan bank akan tetap memperoleh *fee* dari layanan ini.

---

[10]*Ibid*, h. 229.

Hasil dari analisis regresi linear berganda dengan perhitungan menggunakan SPSS 16 *for windows* berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa di antara tujuh variabel yang diteliti ternyata hanya satu variabel saja yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan, variabel tersebut adalah *reliability* (keandalan).

Berarti semakin terjaminnya keandalan suatu produk dan jasa maka semakin banyak nasabah yang tertarik untuk lebih cenderung menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan. Faktor keandalan tersebut setidaknya mencakup fitur-fitur yang disediakan sesuai dengan kebutuhan pengguna, memberikan kemudahan dan kecepatan akses data, serta nasabah merasa bahwa layanan yang telah dipilih lebih akurat dibanding layanan lain. Hal ini juga didukung oleh teori dari Zeithaml, dkk yang menyatakan bahwa *reliability* (keandalan) merupakan salah satu dari dimensi karakteristik yang digunakan oleh pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang mereka dapatkan.

Sebagai hasil dari analisis meskipun variabel lain tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan fasilitas *E-Channel* perbankan, namun pada saat penelitian para responden tetap memberikan tanggapan yang sangat baik terhadap variabel *visibility* (kegunaan atau manfaat yang dirasakan), *trust* (kepercayaan),*service* (layanan), *security* (keamanan), *ease of use* (kemudahan dalam

menggunakan), dan *subjective norm* (pengaruh orang lain). Karena memang tujuan utama dari suatu bank menyediakan layanan berupa ATM, *SMS banking*, dan *internet banking* dalam fasilitas *E-Channel* perbankan adalah untuk memberikan kemudahan, kenyamanan dan kepuasan yang berarti, sehingga nasabah bisa melakukan transaksi finansial kapan saja dan di mana saja, tentu hal ini akan menjadi lebih efektif dan efisien dibanding datang ke bank langsung.