

**PENGARUH INOVASI PRODUK DIGITAL TERHADAP
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH DI
KOTA PALOPO PADA MAHASISWA
IAIN PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

ECA PAGILING

20 0402 0022

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DIGITAL TERHADAP
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH DI
KOTA PALOPO PADA MAHASISWA
IAIN PALOPO**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh:

ECA PAGILING

20 0402 0022

Pembimbing

Suci, S.E., M.Ak.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Eca Pagiling
NIM : 20 0402 0022
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 3 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



ECA PAGILING

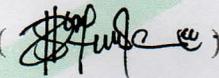
NIM: 20 0402 0022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Inovasi Produk Digital terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Palopo pada Mahasiswa IAIN Palopo yang ditulis oleh Eca Pagiling Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020022, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 15 November 2024 Miladiyah bertepatan dengan 13 Jumadil Awal 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 25 November 2024

TIM PENGUJI

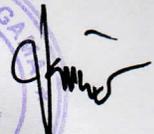
- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek. | Penguji I | () |
| 4. Muhammad Ikram S., S.Ak., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Suci, S.E., M.Ak. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah




Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP.198201242009012006




Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
NIP.198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى

آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ (اما بعد)

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayahnya serta memberikan kekuatan kesehatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Palopo Pada Mahasiswa IAIN Palopo”** setelah melalui proses yang Panjang.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan.

Teristimewa ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga saat ini dan segala yang telah diberikan serta senantiasa

memberikan doa Bapak Ruruk Patabang beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan, serta selalu jadi penasehat terbaik dan senantiasa memberikan doa hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terkhusus untuk Ibunda (Almh) Ibu Darwia Tangdiombo beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan selama menempuh pendidikan. Alhamdulillah kini penulis sudah berada di tahap ini, menyelesaikan studinya sampai sarjana ini sebagai perwujudan terakhir. Terima kasih sudah mengantarkan penulis berada di tempat ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag., M.H.I. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah membina dan mengembangkan perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, beserta Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang

telah banyak memberikan motivasi dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Edi Indra Setiawan. S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Umar, S.E., M.S.E. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
4. Suci, S.E., M.Ak. selaku pembimbing yang telah bersedia serta sabar dalam membimbing dan memberikan masukan serta mengarahkan penulis dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek. selaku penguji I dan Muhammad Ikram S., S.Ak., M.Si. selaku penguji II yang telah banyak memberikan arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Dosen Penasehat Akademik
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Abu Bakar, S.Pd., M.Pd. selaku Kepala Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Kepada saudara penulis Surullah, Sandri Pagiling, Wartono, Jumaidil Pagiling, Ibra Pagiling, Taufik Pagiling, dan Fhauzi Pagiling terima kasih telah memberikan doa dan dukungan dalam perjalanan penulisan skripsi ini.

10. Terima kasih kepada Aisal telah membantu, mendukung dan mendoakan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
11. Mahasiswa IAIN Palopo yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
12. Kepada semua teman seperjuangan, khususnya kelas PBS A 2020 yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

Aamiin.

Palopo, 4 Desember 2024

ECA PAGILING

Nim: 20 0402 0022

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat di lihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	_ ' _	apostrof terbalik
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	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	_ ' _	apostrof
ي	Ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	<i>Fathah</i>	a	a
إ	<i>Kasrah</i>	i	i
أ	<i>Ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	<i>Fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
وَ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *Kaifa*
 هَوْلٌ : *Ḥaula*

3. Maddah

Maddah atau vokal Panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, transliterasinya z berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ... آ...	<i>Fathah dan alif yā'</i>	ā	a dan garis di atas
يَ	<i>Kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
وُ	<i>Ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *Māta*
 رَمَى : *Ramā*
 قِيلَ : *Qīla*
 يَمُوتُ : *Yamūtu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā marbūṭah* diikuti dengan menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah*
الْحِكْمَةُ : *Al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini di lambangkan dengan perulangan huruf (kosaon ganda) yang di beri tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*
نَجَّيْنَا : *Najjainā*
الْحَقُّ : *Al-Ḥaqq*
الْحَجُّ : *Al-Ḥajj*
نُعَمَّ : *Nu'ima*
عَدُوٌّ : *'Aduww*

Jika huruf ع ber-tasydid di akhir sebuah kata dan di dahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik Ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *Al-Syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *Al-Zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *Al-Falsafah*

الْبِلَادُ : *Al-Bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *Ta'murūna*

النَّوْءُ : *An-Nau'*

شَيْءٌ : *Syai'un*

أَمْرٌ : *Umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau

kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan Bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarḥ al-Arbaʿīn al-Nawāwī
Risālah fī Riʿāyah al-Maṣlahah

9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai muḍāf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullāh* بِاللَّهِ *Billāh*

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah dialihaksarakan dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Hum fī rahmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal

nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fīh al-Qur‘ān

Naṣr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlaḥah fī al-Tasyrī‘al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus di sebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Ābu-al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Ābu al-Walīd Muḥammad Ibnu)
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	= <i>subhānahū wa ta ‘ālā</i>
saw.	= <i>sallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
as	= <i>‘alaihi al-salām</i>

H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS.../...: 4	=QS al- Baqarah/2:4 atau QS Āli ‘Imrān/3:4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR AYAT	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
DAFTAR ISTILAH	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	10
B. Landasan Teori	13
C. Kerangka Pikir.....	34
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi Penelitian	36
C. Definisi Operasional	36
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Jenis Data.....	40

F. Instrumen Penelitian.....	40
G. Teknik Pengumpulan Data.....	41
H. Teknik Analisis Data	42
I. Teknik Pengolahan Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS Ali-Imran/3:190.....	16
Kutipan Ayat 2 QS Ali-Imran/3:159.....	29

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Nasabah yang Puas Menggunakan BSI Mobile	3
Tabel 1.2	Ulasan Komentar Pengguna BSI Mobile	5
Tabel 3.1	Definisi Operasional	37
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas/Prodi.....	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Inovasi Produk Digital (X).....	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y).....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.8	Hasil Uji Linearitas	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Glejser.....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
Tabel 4.12	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Produk Digital Bank Syariah Indonesia (BSI)	22
Gambar 2.2 Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile	23
Gambar 2.3 Fitur Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile	26
Gambar 2.4 Kerangka Pikir.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Surat Izin Meneliti
- Lampiran 3 Dokumentasi
- Lampiran 4 Data Responden
- Lampiran 5 Hasil Uji Penelitian SPSS Versi 26
- Lampiran 6 Tabel Distribusi r yang digunakan dalam Uji Validitas
- Lampiran 7 Tabel Distribusi T yang digunakan dalam uji Parsial (uji t)
- Lampiran 8 Hasil Cek Plagiasi dengan Turnitin
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR ISTILAH

ATM	: Anjungan Tunai Mandiri
<i>E-commerce</i>	: Perdagangan Elektronik
<i>E-Money</i>	: Uang Elektronik (<i>Electronic Money</i>)
PIN	: <i>Personal Identification Number</i>
QRIS	: <i>Quick Response Coden Indonesian Standard</i>

ABSTRAK

Eca Pagiling, 2024. “*Pengaruh Inovasi Produk Digital terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Palopo Pada Mahasiswa IAIN Palopo*” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Suci.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Inovasi Produk Digital terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Palopo Pada Mahasiswa IAIN Palopo. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Palopo yang menggunakan BSI *Mobile* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* tipe *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk dijawab. Selanjutnya, analisis data yang digunakan adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk digital berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah di kota palopo. Adapun besarnya pengaruh ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,551 atau 55,1% dan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Inovasi Produk Digital, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

Eca Pagiling, 2024. “*The Influence of Digital Product Innovation on Customer Satisfaction of Sharia Banks in Palopo City on IAIN Palopo Students*”
Thesis of the Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Religious Institute. Supervised by Suci.

This thesis discusses the Influence of Digital Product Innovation on Customer Satisfaction of Sharia Banks in Palopo City for IAIN Palopo Students. This research aims to: To determine the influence of digital product innovation on customer satisfaction of Sharia Banks. This type of research uses a quantitative method. The population in this study is IAIN Palopo students who use BSI *Mobile* with a sample of 100 respondents. Sampling is carried out by the *Nonprobability Sampling* type *Purposive Sampling*. Data was obtained by distributing questionnaires to respondents to answer. Furthermore, the data analysis used was a research instrument test, a classical assumption test, a simple regression analysis, a t-test, and a determination coefficient test (R^2). The results of this study show that digital product innovation has an effect on customer satisfaction of Sharia Bank in Palopo city. The magnitude of the influence is shown by the R Square value of 0.551 or 55.1% and the remaining 44.9% is influenced by other variables outside this study.

Keywords: Digital Product Innovation, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan nasabah menjadi salah satu kunci dalam mempertahankan nasabah khususnya pada Bank Syariah Indonesia (BSI) karena nasabah yang merasa puas akan tetap bertahan dalam jangka waktu yang lama serta akan menggunakan kembali produk apabila bank tersebut menawarkan produk baru serta memperbaharui produk lama yang sebelumnya sudah ada. Nasabah yang merasa puas akan menyampaikan perasaan puasnya kepada orang lain dengan demikian hal tersebut dapat mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dan juga akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain hal ini tentunya dapat menjadi salah satu kunci keberhasilan dan kesuksesan bagi Bank tersebut.¹

Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah terhadap produk yang telah digunakan. Kepuasan nasabah yaitu sejauh mana produk tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Produk yang ditawarkan juga dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah apabila produk sesuai dengan yang diinginkan, maka nasabah akan merasa puas apabila fasilitas maupun fitur pada produk digital yang di tawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) tersebut semakin berkualitas.

¹ Afifah Miftakhul Jannah and Dian Nova Hastari, "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Menggunakan M-Banking BSI Terhadap Kepuasan Nasabah," Jurnal Ekonomi Sakti Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Stie Sakti Alam Kerinci 12, no. 1, 2023: 100–109.

Sebaliknya apabila nasabah merasa tidak puas dengan produk tersebut kemungkinan akan beralih menggunakan produk yang di tawarkan oleh Bank lain, perpindahan nasabah tentunya tidak hanya akan berdampak pada kerugian Bank saja akan tetapi juga dapat merusak citra Bank serta kepercayaan nasabah lain yang dapat mengakibatkan menurunnya jumlah pengguna produk Bank tersebut. Maka dari itu Bank Syariah Indonesia seharusnya mampu berinovasi terhadap produk yang ditawarkannya sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah salah satunya dengan melalui internet untuk mengembangkan produknya.²

Pertumbuhan pengguna internet menjadi salah satu peluang bagi perbankan dalam meningkatkan pelayanannya kepada nasabah dengan menciptakan sebuah produk yang berbasis teknologi untuk melayani nasabahnya dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus dibatasi waktu dan tempat. Hal tersebut terus mendorong industri perbankan khususnya pada Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk mengembangkan serta menciptakan berbagai inovasi dalam meningkatkan layanannya yang berbasis digital.³

Proses perkembangan teknologi digital dan inovasi produk tidak hanya memunculkan media baru namun juga memunculkan berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat berupa perubahan. Perubahan digital tersebut menjadi dampak yang sangat besar karena dapat merubah kebiasaan nasabah dalam melakukan aktivitas terutama memudahkan nasabah dalam mengakses informasi

² Ceta Indra Lesmana, "Pengaruh Kualitas Produk, Kebutuhan Mencari Variasi, Terhadap Ketidakpuasan Nasabah Berdampak Pada Perpindahan Ke Bank Syariah" 01, no. 02, 2023: 42–50.

³ Jahrizal, Helwin Yunus, Zulkarnain, "Kepuasan Nasabah Memediasi Pengaruh Digital Banking Service Quality, Kepercayaan Dan Inovasi Perbankan Terhadap Loyalitas Pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru," Jurnal Daya Saing 9, no. 1, 2023: 112–121.

serta dapat meningkatkan efisiensi layanan digital.⁴ Salah satu aspek perkembangan dunia perbankan khususnya perbankan syariah yang berbasis digital yaitu dengan menawarkan berbagai produk salah satunya dengan meluncurkan produk yang berbasis Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile.⁵

Tabel 1.1 Data Nasabah yang Puas Menggunakan BSI Mobile

Tahun	Persentase Nasabah Yang Puas Menggunakan BSI Mobile
2021	51,9%
2022	56,7%
2023	63,3%
2024	96,3%

Sumber: Jurnal Ekonomi Syariah

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah yang puas menggunakan BSI *Mobile* di indonesia mengalami peningkatan. Dari tahun 2021 nasabah yang puas menggunakan BSI *Mobile* sebanyak 51,9%, pada tahun 2022 pengguna BSI *Mobile* yang puas mengalami peningkatan menjadi 56,7%. Jumlah pengguna BSI *Mobile* yang puas pada tahun 2023 sebanyak 63,3%, sedangkan pada tahun 2024 pengguna BSI *Mobile* melonjak menjadi 96,3% pengguna yang merasa puas.⁶

⁴ Siti Fatimah, “Pengaruh Service Quality, E-Trust Dan Transformasi Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening,” *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6, no. 1, 2023: 378–381, <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3952>.

⁵ Januariansyah Arfaizar, Navirta Ayu, Fitri Riyanto, YUSDANI, “Inovasi Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital Di Indonesia,” *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah* 7, no. 2, 2023: 163–191, <http://10.0.120.42/wadiah.v7i2.327>.

⁶ Fachri Arrizki, Al Yusri Lubis, and Dini Lestari, “Pengaruh BSI Mobile Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa/I Perbankan Syariah-Uinsu),” *Eksya Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 4, No. 1, Juni 2023: 2746–8925”

Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* merupakan salah satu kemajuan digital yang diterapkan seperti, ATM, Phone Banking dan internet banking yang menawarkan pengiriman yang efisien tetapi sebagai produk perbankan yang baru Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* memiliki efek yang signifikan terhadap pangsa pasar. Salah satu efeknya yaitu dimana rekening hanya bisa di buka di Bank, namun saat ini nasabah bahkan tidak perlu lagi untuk bertemu langsung dengan pegawai bank. Dengan adanya layanan perbankan digital semua transaksi dapat di dilakukan secara online melalui smartphone tanpa harus datang langsung ke Bank.

Semua transaksi keuangan dapat dilakukan melalui aplikasi Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* yang di dirancang untuk mengoptimalkan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan agar lebih cepat, mudah dan nyaman bagi nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI) memberikan perubahan digital pada layanan BSI *Mobile* di mana tersedia berbagai macam aktivitas perbankan dan berbagai fitur lainnya, salah satu fiturnya yaitu saat ini nasabah dapat melakukan tarik secara tunai tanpa menggunakan kartu ATM serta menyediakan berbagai inovasi produk digital yang mudah di akses oleh nasabah.⁷

Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* menjadi sangat populer karena dapat mengubah cara nasabah dalam melakukan sebuah transaksi salah satunya seperti melakukan pembayaran melalui handphone yang dapat membuat nasabah merasa puas, akan tetapi di kota palopo sendiri masih ada nasabah yang merasa tidak puas saat menggunakan produk Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* karena masih

⁷ Anita Tri Milza et al., "Implementasi Bsi Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking," *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business* 3, no. 1, 2021: 1–12, <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.3>.

terdapat beberapa masalah seperti keterjangkauan konektivitas internet yang masih buruk, serta di sisi lain juga nasabah mengeluhkan adanya gangguan pada layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* dan adanya kekhawatiran nasabah terkait dengan keamanan saat menggunakan BSI *Mobile*.

Tabel 1.2 Ulasan Komentar Pengguna BSI Mobile

Nama	Ulasan
Fitri Yunita 27/05/24	Untuk aplikasi BSI bisa kali dibuat seperti apk bank yang lain, untuk cek saldo bisa intip tanpa harus masuk pakai kode transaksi dan ada yang tf duit ngak perlu login, cukup ada notifnya aja, biar lebih mempermudah, karena jujur cuma BSI yang ribet pakai mobilnya. Dan untuk jaringannya semoga BSI bisa lebih baik lagi.
Bintang Arizky saputra 21/05/24	Awalnya nyaman, tenang tapi makin kesina malah sering gangguan tiba-tiba ngebug keluar sendiri dari aplikasinya. Dan untuk kita yang ikut tabungan darurat gojek uangnya biasa masuk sesuai tanggalnya. Ini beberapa bulan terakhir telat terus, mau kalian apasih padahal uang gak seberapa.
Eva maula 19/04/24	Tolong app nya tidak usah terlalu kompleks, cukup sederhana seperti BCA tapi mudah diakses dan tidak pernah error. Lelah menggunakan BSI, app sering error dan was was tabungan hilang. Kalau bisa kasih bintang ¼ saya kasih ¼.
Lilis Chairina 21/05/24	Maaf, tapi aplikasinya kebanyakan loading dan setelah lama loading malah muncul bacaan “permintaan kehabisan waktu”. Tolong lah perbaiki, orang pake aplikasi mobile gini biar ga repot kalau mau transfer atau sekedar cek saldo. Kalau gini malah jadi takut nyimpan uang banyak-banyak karena aplikasinya selalu ngebug.
Savira Elvina 21/05/24	Ini gimana sih apk nya lelet banget, mau transaksi susah, udah ada di menu tapi gak bisa di klik. Udah beberapa kali dicoba tetap aja gak bisa. Tolong perbaikannya apa lagi kalau mau pake qris apknya suka lelet, tolong perbaiki dong mau transaksi ribet loading terus.

Sumber: PlayStore (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat dilihat beberapa komentar pengguna BSI *Mobile* yang mengalami kendala saat melakukan transaksi, dimana dalam ulasan tersebut para pengguna mengharapkan adanya perbaikan pada aplikasi BSI *Mobile* serta mengharapkan kenyamanan dan keamanan saat melakukan transaksi. Pada ulasan tersebut menggambarkan bahwa aplikasi BSI *Mobile* masih memiliki banyak kekurangan dan belum memberikan kepuasan bagi para nasabah yang telah menggunakan produk aplikasi BSI *Mobile*. Maka dari itu inovasi produk digital sangat dibutuhkan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Berdasarkan *Human Capital Theory* (HCT) menurut Wang dan Chang dapat dikatakan bahwa human capital sangat mempengaruhi inovasi produk pada sebuah perusahaan. Pegawai sangat dibutuhkan untuk menjalankan proses produksi dalam suatu perusahaan dengan menyediakan kualitas pelayanan yang memadai ketika mengimplementasikan proses produksi, kemampuan pegawai akan mempengaruhi efisiensi dan kepuasan nasabah. Daneshi fokus meneliti hubungan nasabah dengan kemampuan pegawai. Dalam penelitiannya menemukan bahwa pegawai seharusnya memiliki pengetahuan dan keahlian yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Menurut Wang dan Chang dalam Daneshi, *human capital* mempengaruhi kinerja perusahaan melalui proses produksi dan inovasi.⁸

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Sulistiani pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

⁸ Wang dan Chang (Daneshi), “Human Capital Sebagai Bagian Dari Intelligent Capital Dalam Daya Saing Perusahaan,” *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi* 3, no. 3, 2023: 279–295, <https://doi.org/10.51903/jupea.v3i3.1189>.

pengaruh inovasi produk, inovasi layanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank, menyimpulkan bahwa inovasi produk, inovasi layanan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank.⁹

Penelitian oleh Iskandar pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di masa covid 19 pada Bank Syariah Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di masa covid 19 pada Bank Syariah Indonesia, menyimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di masa covid 19. Sedangkan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).¹⁰ Dari beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa adanya perbedaan pada hasil penelitiannya, sehingga perlu untuk mengetahui lebih jauh mengenai pengaruh inovasi produk digital terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan beberapa pernyataan, hasil dari penelitian terdahulu dan fakta yang diperoleh maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah di kota palopo. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat perbedaan variabel mengenai inovasi produk digital. Alasan digunakannya teori HCT (*Human Capital Theory*) dalam penelitian ini karena dapat menjelaskan mengenai inovasi, ide serta

⁹ Dwi Sulistiani, “Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank,” 2023.

¹⁰ Iskandar, “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Covid 19 Pada Bank Syariah Indonesia,” *Journal Of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 2, 2022: 243–274, <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.134>.

kemampuan menciptakan sebuah produk untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan salah satunya dapat menciptakan kepuasan nasabah. Alasan meneliti produk digital Bank Syariah Indonesia karena untuk mengetahui bagaimana BSI dalam mengembangkan produk digitalnya serta untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan produk digital Bank Syariah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Kota Palopo Pada Mahasiswa IAIN Palopo”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah, apakah inovasi produk digital berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh inovasi produk digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat, bagi pihak yang terkait, adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
 - a. Bagi Peneliti, penelitian ini di harapkan dapat menambah pemahaman dan wawasan bagi penulis terkait produk digital Bank Syariah.

b. Bagi Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap peningkatan kajian ekonomi dan bisnis islam, khususnya di bidang perbankan syariah serta sebagai acuan untuk memperkaya literatur khususnya penelitian kuantitatif yang berkaitan dengan pengaruh inovasi produk digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Bank, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perbankan untuk kepuasan nasabah yang di peroleh dari inovasi produk digital Bank Syariah.
- b. Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh inovasi produk digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah di kota palopo agar lebih menambah wawasan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu adalah kumpulan hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hasil penelusuran, ditemukan beberapa penelitian terdahulu yang dianggap berkaitan dan dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Dwi Sulistiani pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank”.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, inovasi layanan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk, inovasi layanan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank.
2. Penelitian oleh Nurul ulfa pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank aceh Syariah cabang bireuen”.² Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank aceh syariah cabang bireuen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat

¹ Dwi Sulistiani, “Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank,” 2023.

² Nurul Ulfa, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen,” *Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam* 1, no. 1 Juni 2023: 10–19.

pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Bireuen.

3. Penelitian oleh Amalia Rahmawati dan Widhian Hardiyanti pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan keamanan produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia”.³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan keamanan produk BSI Mobile terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile.
4. Penelitian oleh Iskandar pada tahun 2022 dengan judul “Pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di masa covid 19 pada Bank Syariah Indonesia”.⁴ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah di masa covid 19 pada Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di masa covid 19. Sedangkan pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).
5. Penelitian oleh Nurhayani, Kamilah & Nur Ahmadi Bi Rahmani pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh penggunaan digital banking sebagai layanan

³ Amalia Rahmawati dan Widhian Hardiyanti “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia,” *Cakrawala-Repository IMWI* 6, no. 6 November-Desember 2023: 2817–2829.

⁴ Iskandar, “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Covid 19 Pada Bank Syariah Indonesia,” *Journal Of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 2 Desember 2022: 243–274, <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.134>.

online terhadap kepuasan nasabah Bank BSI Syariah kabupaten langkat”.⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan digital banking sebagai layanan online terhadap kepuasan nasabah Bank BSI Syariah kabupaten langkat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa digital banking sebagai layanan online berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI Syariah kabupaten langkat.

6. Penelitian oleh Febri Rahmah & Sutono pada tahun 2024 dengan judul “Layanan Mobile Banking Dalam Mewujudkan Kepuasan Nasabah BSI di Surabaya”.⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layanan mobile banking dalam mewujudkan kepuasan nasabah BSI di surabaya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah BSI KCP diponegoro 2 surabaya.

Dimana dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa kinerja BSI *Mobile* mengalami peningkatan drastis selama lima tahun terakhir, dengan tingkat pertumbuhan rata-rata 135,3% per tahun. Salah satu fitur BSI *Mobile* yang paling sering digunakan adalah QRIS yang mengalami peningkatan transaksi 212%. Dengan kemunculan BSI *Mobile* ini telah mempengaruhi dunia perbankan serta mendatangkan keuntungan dimana hal tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas perbankan syariah mulai meningkat dalam sistem digital.

⁵ Nurhayani, Kamilah dan Nur Ahmadi Bi Rahmani “Pengaruh Penggunaan Digital Banking Sebagai Layanan Transaksi Online Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI Syariah Kabupaten Langkat,” *Edunomika* 08, no. 01, 2023: 1–12.

⁶ Febri Rahmah dan Sutono “Layanan Mobile Banking Dalam Mewujudkan Kepuasan Nasabah BSI Di Surabaya” 3, no. 3 September 2024: 91-112.

Kehadiran BSI *Mobile* tidak langsung mengatasi permasalahan yang dihadapi, disamping itu mereka diharuskan menjaga bahkan meningkatkan kualitas dari BSI *Mobile* itu sendiri dalam mempertahankan kepuasan nasabah dengan cara mempertahankan fasilitas BSI *Mobile* tersebut.⁷ Adapun yang baru dari BSI *Mobile* yaitu fitur ziswaf dimana fitur ziswaf merupakan keunikan yang dimiliki oleh BSI dan menjadi pembeda dengan mobile banking lainnya. Fitur ini menjadi keunggulan dan banyak digunakan oleh nasabah, baik untuk pembayaran zakat, infaq, sedekah dan qurban.⁸

B. Landasan Teori

Landasan teori adalah alur logika yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proporsi yang disusun secara sistematis. Suatu penelitian baru tidak bisa terlepas dari penelitian yang terlebih dahulu sudah dilakukan oleh peneliti yang lain.

1. *Human Capital Theory* (HCT)

Menurut Malhotra dan Bontis (Rachmawati) menjelaskan bahwa *Human Capital* merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, inovasi dan kemampuan seseorang dalam menjalankan tugasnya sehingga dapat memberikan peningkatan bagi perusahaan di masa yang akan datang.⁹ Terdapat dua variabel utama dalam *Human capital*, yaitu manusia dimana dalam human capital

⁷ Febri Rahmah and Sutono “Layanan Mobile Banking Dalam Mewujudkan Kepuasan Nasabah BSI di Surabaya” 3, no. 3 September 2024: 91-112.

⁸ Saut Parulian Saragih, “BSI Mobile Ujung Tombak Untuk Tingkatkan Penetrasi Digital & Layanan Keuangan Terintegrasi,” 5 Agustus 2024, <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-mobile-ujung-tombak-untuk-tingkatkan-penetrasi-digital-layanan-keuangan-terintegrasi>.

⁹ Malhotra dan Bontis (Rachmawati), *Human Capital Management*, ed. Harini Fajar Ningrum, *Analytical Biochemistry*, vol. 11, Kota Bandung-Jawa Barat, Desember 2022: 15-16.

merupakan suatu bentuk modal seperti halnya mesin dan teknologi. Manusia juga memiliki peran atau tanggung jawab dalam segala aktifitas ekonomi, seperti produksi, konsumsi, dan transaksi. Serta variabel kapital (modal) dimana Kapital diartikan sebagai faktor produksi yang digunakan untuk membuat suatu barang atau jasa tanpa mengonsumsinya selama proses produksi.

Seiring berkembangnya *Human Capital Theory* (HCT), konsep human capital menjadi tiga variabel yaitu, Konsep pertama adalah human capital sebagai aspek individual. Konsep ini menyatakan bahwa modal manusia yaitu suatu kemampuan yang ada pada diri manusia, seperti pengetahuan dan keterampilan. Hal ini diperjelas oleh Rastogi yang menyatakan bahwa *human capital* merupakan pengetahuan, kompetensi, sikap, kesehatan, dan sifat yang dimiliki oleh manusia.

Konsep kedua menyatakan bahwa *human capital* merupakan pengetahuan dan keterampilan yang didapatkan melalui berbagai aktifitas pendidikan seperti sekolah, kursus, dan pelatihan. Konsep utama model ini menyatakan bahwa *human capital* merupakan sesuatu yang didapatkan melalui akumulasi suatu proses tertentu (Alan dkk.). Konsep ini menganggap *human capital* tidak berasal dari pengalaman manusia. Konsep ketiga memandang *human capital* melalui perspektif orientasi produksi. Romer menyatakan bahwa *human capital* merupakan sumber mendasar dari produktifitas ekonomi.¹⁰ *Human Capital Thoery* (HCT) dapat menjelaskan

¹⁰ Mutiara Idris and Mike Triani, "Kausalitas Sumber Daya Manusia, Urbanisasi Dan Modal Manusia Di Indonesia," *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan* 5, no. 1, 2023: 45.

mengenai inovasi, ide dan keterampilan sehingga dapat menciptakan sebuah produk untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan.¹¹

2. Inovasi Produk

a. Inovasi Produk

Inovasi ialah memperbaharui, mengubah serta proses pembuatan produk agar menjadi lebih efektif. Dalam dunia bisnis inovasi berkaitan dengan ide-ide baru serta menciptakan produk baru.¹² Inovasi memiliki peranan penting karena setiap perusahaan harus memiliki produk yang lebih unggul dari perusahaan lain. Keberhasilan perbankan syariah dimasa mendatang tergantung kemampuan bank syariah dalam menyajikan produk yang menarik dan memberikan kemudahan serta kepuasan sesuai dengan kebutuhan nasabah.¹³

b. Inovasi Produk Dalam Pandangan Islam

Inovasi produk sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis, hal ini disebabkan semakin majunya para pengusaha dengan pemikiran mereka sehingga dapat menghasilkan produk yang baru dan bermanfaat dari produk yang sebelumnya sudah ada. Islam sangat mendukung adanya inovasi dalam berbagai bidang termasuk inovasi produk digital kecuali dalam hal aqidah.¹⁴

¹¹ Ivan, M.P. Brata and Nur Wening, “*Human Capital* Sebagai Bagian Dari Intelligent Capital Dalam Daya Saing Perusahaan,” *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi* 3, no. 3 September 2023: 279–295.

¹² Ega Belahag Yusuf, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, “Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi Sebagai Wujud Penerapan Green Banking,” *Istithmar* 7, no. 1 2023: 34–41.

¹³ Muzayyanah Jabani Dan Riswan Aris, “Pengaruh Perbankan Syariah Dalam Menggerakkan Sektor Riil Inovasi Produk (Product Innovation) Sebagai Variabel Moderating,” *Journal Of Institution And Sharia Finance* 7 Juni 2018: 1–25.

¹⁴ Aisyah, “Inovasi Dalam Perspektif Hadis,” *Tahdis: Jurnal Kajian Ilmu Al-Hadis* 8, no. 1 2022: 90–101.

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Q.S Ali-Imran ayat 190 sebagai berikut:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَبْصَارِ ﴿١٩٠﴾

Terjemahannya:

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal”. (Q.S Ali-Imran:190).¹⁵

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa salah satu fungsi akal adalah untuk merenungkan tanda-tanda yang telah diberi oleh Allah SWT, seperti diberikannya akal untuk terus meraih ilmu dan melakukan inovasi dalam berbagai bidang, termasuk berinovasi dalam bidang perbankan syariah.

Menurut Kotler dan Amstrong, Inovasi produk adalah proses perancangan produk baru atau membuat pembaharuan dari produk yang sebelumnya sudah ada.¹⁶

Tujuan Inovasi Produk yaitu:¹⁷

- 1) Untuk meningkatkan kualitas perusahaan terhadap suatu produk atau layanan yang sudah ada sebelumnya sehingga dapat meningkatkan keunggulan yang baru.
- 2) Inovasi produk juga dapat mengurangi biaya tenaga kerja, karena saat memproduksi suatu produk dimana sebelumnya masih menggunakan tenaga

¹⁵ Rahma Indina Harbani, “Surah Ali-Imran Ayat 190-191,” 13 Juli 2021, <https://news.detik.com/berita/d-5640615/surah-ali-imran-ayat-190-191>.

¹⁶ Kotler dan amstrong, “Jurnal Daya Saing” 9, no. 1, 2023: 112–121.

¹⁷ Dwi Sulistiani, “Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank,” 2023.

kerja manusia tetapi dengan adanya inovasi sekarang sudah lebih banyak ditemukan teknologi canggih yang di ciptakan melalui mesin-mesin untuk melakukan proses produksi. Dengan adanya mesin tersebut maka penggunaan tenaga manusia dalam melakukan suatu pekerjaan dapat di kurangi, dengan alasan ketika menggunakan mesin akan lebih menghemat biaya, tenaga dan juga waktu sehingga bisa lebih cepat.

- 3) Inovasi produk, yaitu dengan menawarkan produk yang baru kepada nasabah untuk kebutuhan perusahaan.
- 4) Mempertahankan daya saing terhadap suatu produk yang sudah ada, yaitu dengan menawarkan produk baru yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah.

c. Indikator Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Amstrong inovasi produk dapat di ukur melalui:¹⁸

- 1) Fitur produk merupakan ciri khas dari suatu produk Perbankan Syariah, dimana produk tersebut harus mempunyai ciri produk yang lebih menarik dari produk Bank konvensional, sehingga para nasabah tetap loyal dan merasa puas terhadap produk yang di tawarkan oleh Bank Syariah. Fitur-fitur produk Bank Syariah harus bisa lebih unggul dari pada fitur produk bank konvensional, di mana produk yang mereka tawarkan sudah lama dan lebih dulu dipasarkan kepada nasabah, disisi lain Perbankan Syariah dalam meluncurkan produk yang

¹⁸ Kotler dan Amstrong, "Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM" 2, no. 2, 2022: 69–88.

inovatif perlu terlebih dahulu melakukan sosialisasi kepada calon nasabahnya atau nasabah lama.

- 2) Desain produk merupakan nilai tambah yang terkandung dalam suatu produk berupa penampilan baru yang menarik serta berbeda dengan produk bank lain, dimana desain produk tersebut dapat menciptakan daya tarik tersendiri sehingga dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan produk tersebut. Bukan hanya penampilan produk yang akan dipengaruhi oleh desain, namun juga fungsi yang ada pada produk tersebut.
- 3) Kualitas produk, merupakan kemampuan dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan kehandalan atau kemajuan, kekuatan serta kemudahan dalam memudahkan pengemasan produk. Pada umumnya kualitas produk menjadi salah satu penentu tentang bagaimana kinerja dari produk tersebut. Sehingga kualitas produk juga berkaitan dengan kepuasan yang di dapatkan oleh nasabah dari produk tersebut.

d. Faktor yang mempengaruhi inovasi produk

Faktor yang dapat mendorong perusahaan untuk melakukan pengembangan produk, faktor ini harus dipertimbangkan agar terlaksana pengembangan suatu produk yang berhasil. Adapun yang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap inovasi produk adalah:

- 1) Perkembangan teknologi
- 2) Perubahan selera nasabah.
- 3) Persaingan
- 4) Adanya kapasitas produk berlebihan

5) Siklus kehidupan produk pendek

Adapun Penjelasannya sebagai berikut:

- 1) Perkembangan teknologi yang pesat memungkinkan terciptanya sarana produksi yang baru untuk dimanfaatkan oleh perusahaan untuk membuat dan menyempurnakan produk, sehingga kualitas produk menjadi lebih baik dan jumlah produksi yang diperoleh akan dapat ditingkatkan.
- 2) Perubahan selera nasabah perubahan ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tingkat perkembangan masyarakat, tingkat pendidikan, serta kesetiaan konsumen terhadap produk bersangkutan.
- 3) Adanya persaingan yang kuat diantara perusahaan berusaha untuk selalu inovasi produknya harapan dapat menyaingi volume produksi pesaing.
- 4) Dengan meningkatkan kapasitas mesin-mesin yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan berusaha untuk menggunakan kelebihan kapasitas-kapasitas tersebut.
- 5) Siklus kehidupan produk yang pendek mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produknya, sehingga konsumen tidak bosan dengan produk-produk yang diproduksi perusahaan.

e. Tipe Inovasi Produk

Menurut Kotler pendekatan-pendekatan mengenai pengembangan produk baru yang di dasarkan pada asumsi pasar tetap, yaitu:¹⁹

- 1) Inovasi berbasis modulasi, Inovasi berbasis modulasi melibatkan perubahan karakteristik dasar dari suatu produk atau layanan, dengan cara menaikkan

¹⁹ Kotler, "Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial" 10, no. 3, 2023: 33.

maupun menurunkan karakteristik tersebut. Secara umum mengacu pada karakteristik fungsional maupun fisik. Dalam inovasi modulisasi karakteristik pada dasar produk perlu di tambah dan juga di kurangi.

- 2) Inovasi berbasis ukuran, Inovasi berbasis ukuran merupakan peluncuran suatu produk baru ke pasar tanpa mengubah apapun kecuali volumenya.
- 3) Inovasi berbasis kemasan, Inovasi berbasis kemasan merupakan cara suatu produk dikemas sehingga dapat mengubah persepsi konsumen tentang manfaat, fungsi atau alasan untuk menggunakan produk tersebut.
- 4) Inovasi berbasis desain, Inovasi berbasis desain merupakan inovasi dimana produk atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilan pada suatu produk dimodifikasi.
- 5) Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer, Inovasi ini merupakan pelengkap melibatkan penambahan bahan pelengkap atau tambahan terhadap produk.
- 6) Inovasi berbasis pengurangan upaya, Inovasi berdasarkan pengurangan usaha tidak mengubah produk maupun jasa, tetapi meningkatkan ukuran pasar.

f. Kegunaan Inovasi Produk

Dalam dunia bisnis inovasi ini sangat dibutuhkan, baik inovasi produk, inovasi pekerjaan, maupun inovasi dalam bentuk ataupun desain. Dalam dunia pemasaran sangat rentan dengan model atau ciri khas pada suatu produk, maka dalam dunia bisnis persaingan yang menjawab produk kita, apabila kita masih bertahan dengan produk yang kita miliki tanpa adanya inovasi maka usaha tersebut

tidak akan berjalan dengan lancar, saat ini inovasi sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan.²⁰

3. Produk Digital Bank Syariah

a. Produk Digital

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) merupakan organisasi yang terbuka bagi seluruh penyedia jasa internet di Indonesia, baik yang bergerak di bidang telekomunikasi maupun perusahaan-perusahaan internet. Berdasarkan data yang di peroleh dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) selalu mengalami peningkatan dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta jiwa presentasi pengguna internet diindonesia pada tahun 2019 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68%. Hal ini menunjukkan peningkatan 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2022. Salah satu kegiatan yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) secara rutin adalah melakukan survei tahunan untuk mengukur perkembangan industri internet di Indonesia.²¹

Produk digital Bank merupakan layanan atau kegiatan Bank dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, dengan melalui media digital calon nasabah atau nasabah Bank tersebut dapat melakukan aktivitas secara mandiri melalui media digital tersebut. Hal ini memungkinkan nasabah maupun

²⁰ Harianto, Megasari Gusandra Saragih, and ario, "Peranan Kinerja Pemasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Desa Klambir V Kabupaten Deli Serdang" Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial 10, no.3, 2023: 1522-1533.

²¹ Nurhayani, Kamilah, Nur Ahmadi Bi Rahmani, "Pengaruh Penggunaan Digital Banking Sebagai Layanan Trnasaksi Online Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI Syariah Kabupaten Langkat" Edunomika 08, no. 01, 2023: 1–12.

calon nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, maupun transaksi perbankan serta melakukan pembukaan rekening.

Pemanfaatan perkembangan digital secara lebih optimal dapat mendukung inovasi produk digital Bank. Salah satu inovasi produk digital Bank Syariah dalam bidang pelayanan jasa pada bidang transaksi yang bersifat digital adalah adanya layanan *Mobile Banking (M-Banking)*. *Mobile banking* merupakan layanan aplikasi yang memungkinkan nasabah Bank Syariah dalam melakukan transaksi keuangan melalui smartphone yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi secara digital.²² Selain itu terdapat juga produk digital seperti, Internet banking, phone banking, sms banking, dan ATM.²³



Gambar 2.1 Produk Digital Bank Syariah Indonesia (BSI)

Sumber: Jurnal pengabdian masyarakat manage

Mobile banking adalah transaksi yang diberikan khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI) kepada nasabah yang dapat dilakukan melalui smartphone untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi maupun pembayaran.²⁴

²² Tadjuddin, Ahmad Syarief Iskandar, Lesti, Rahmat “Mobile Banking System : How the Village Community Perceive” 8, no. 2, 2020: 304–313.

²³ Niken Lestari, “Analisis Terhadap Manfaat Penggunaan Fitur Layanan M-Banking BSI Bagi Nasabah Kcp Gombang Kebumen,” *Maen: Jurnal of Management, Economics, and Entrepreneur* 1, no. 2, 2022: 219–242.

²⁴ Anita Tri Milza et al., “Implementasi Bsi Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking,” *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business* 3, no. 1 , 2021: 1–12.

layanan ini tentu saja sangat dibutuhkan, misalnya saat berbelanja jika tidak punya waktu pergi ke pusat perbelanjaan kita hanya perlu berbelanja secara online yang pembayarannya lebih mudah dengan melalui aplikasi mobile banking.

- 3) Keamanan yang lebih baik dengan proteksi berlapis, BSI Mobile menerapkan 2 sistem keamanan, yaitu password untuk masuk ke rekening BSI Mobile dan PIN bila pengguna ingin masuk ke setiap fitur yang ada dan juga saat melakukan transaksi. Apabila pin atau password tidak sesuai maka secara otomatis BSI Mobile akan terblokir. Tidak hanya itu biasa pengguna akan menerima SMS pemberitahuan Ketika terdapat aktivitas pada rekening nasabah baik setoran, penarikan uang, atau transfer antar rekening dengan begitu dari sisi keamanan layanan ini sudah cukup aman.
- 4) Memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, *Mobile Banking* saat ini sudah menjadi alternatif karena mudah digunakan nasabah dalam melakukan transaksi seperti transfer, cek saldo dan lainnya. Penggunaan yang mudah hanya dengan membuka aplikasi mobile banking yang ada pada handphone dan pengguna hanya perlu memasukkan password lalu memilih transaksi yang ingin dilakukan.
- 5) Cepat dan praktis karena tidak perlu antri di kantor cabang bank
- 6) Biaya menjadi lebih hemat
- 7) Tersedia berbagai fitur

b. Kekurangan

Adapun kekurangan dari produk digital Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah:

- 1) Sangat tergantung dengan jaringan internet dalam mengakses layanan, karena dalam sistem operasional aplikasi tergantung pada koneksi internet yang baik pada saat melakukan transaksi perbankan.
- 2) Walaupun telah didukung dengan keamanan berlapis akan tetapi masih ada pihak yang tidak bertanggung jawab yang mencoba melakukan pencurian data pribadi nasabah bahkan melakukan pembobolan rekening apabila tidak berhati-hati. Biasanya kegiatan yang dilakukan melalui aplikasi kerap mengalami peretasan atau pembobolan akun Bank terutama kata sandi.
- 3) Dapat memancing nasabah menjadi tidak terkendali dalam melakukan transaksi keuangan karena kemudahan yang di tawarkan oleh layanan perbankan digital. Meskipun produk digital memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa perlu datang ke bank cukup sekali sentuh semua beres, namun hal tersebut terkadang tidak terkendali membuatnya boros saat berbelanja.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk meminimalisir bahaya penggunaan Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile yaitu:²⁷

- 1) Merahasiakan pin dan tidak menyimpan dalam ponsel
- 2) Menggunakan pin yang tidak mudah untuk ditebak
- 3) Mengganti pin secara teratur

²⁷ Nita Amanda, "Pengaruh Faktor Keamanan Dan Kemudahan Terhadap" 5, no. 1, 2023: 2746-7058.

- 4) Selalu memperhatikan notifikasi email dari pihak bank



Gambar 2.3 Fitur Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile*

Sumber: bankbsi.co.id

Adapun fitur yang tersedia dalam produk Bank Syariah Indonesia (BSI *Mobile*) yaitu:²⁸

- a. Cek saldo
 - 1) Informasi saldo
 - 2) Saldo e-money dan kurs
 - 3) Daftar mutasi dan tanggal mutasi
- b. Transfer dana transaksi antar rekening, transfer ke Bank lain, QRIS, dan tarik tunai.
- c. Transaksi pembayaran seperti, telephone/hp/telkom pay, institusi, akademik, tiket, auransi, *e-commerce*, internet, tv kabel, berbagi ziswaf, BPJS, PDAM, haji dan umrah, serta multi *payment*.
- d. Transaksi pembelian seperti, voucher hp, token PLN, top up dan update saldo *e-money*, serta paket data.
- e. Berbagi ziswaf seperti, zakat, infaq, wakaf, donasi, jadi berkah.

²⁸ Anita Tri Milza, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto dan Adib Fachri, "Implementasi BSI Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking," *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business* 3, no. 1, 2021: 1–12.

- f. Pembukaan rekening baru, tabungan mabrur, tabungan mudharabah, tabungan wadiah.
- g. Tarik tunai seperti, ATM BSI, Indomaret, Alfamart, Alfamidi.
- h. Fitur Islami yaitu, jadwal sholat, lokasi masjid, arah kiblat dan hikmah.
- i. Lokasi kantor cabang, ATM BSI/Mandiri terdekat.
- j. Pengaturan akun BSI *Mobile* seperti perubahan PIN/Bahasa, menu favorit serta transaksi juga dapat dilakukan langsung dari menu favorit dan pendaftaran alamat email notifikasi.

c. Manfaat menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile*

Adapun manfaat menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* yaitu:²⁹

a. Mempercepat transaksi pembayaran

Penggunaan BSI *Mobile* dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, transaksi tidak dibatasi waktu dan tempat. BSI *Mobile* dapat dinikmati oleh nasabah dalam melakukan berbagai transaksi. contohnya, nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM mengantri untuk melakukan transaksi, cukup dengan menggunakan telepon seluler.

b. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* selain memiliki manfaat yang banyak juga memiliki keuntungan lain setelah menggunakan BSI *Mobile*, contohnya menyediakan banyak promo salah satunya KODE-IN yang dapat menambah saldo

²⁹ Lestari, "Analisis Terhadap Manfaat Penggunaan Fitur Layanan M-Banking BSI Bagi Nasabah Kcp Gombang Kebumen," *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur 1*, no. 2, 2022: 219-242.

nasabah sebesar 20.000 ribu setiap mendaftarkan calon nasabah membuka rekening Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui BSI Mobile.

c. Memberikan rasa aman saat melakukan transaksi pembayaran.

Sebelum adanya digital sistem pembayaran seperti saat ini, nasabah masih menggunakan uang tunai dalam melakukan transaksi saat bepergian. Contohnya, dalam aplikasi Bank Syariah Indonesia (BSI) *Mobile* tersedia fitur keamanan yang dalam BSI *Mobile*. Terlebih lagi pada saat registrasi nasabah harus memasukan data diri sesuai dengan identitas seperti KTP yang nantinya akan di verifikasi oleh pihak Bank.

d. Meningkatkan efisien dalam melakukan transaksi pembayaran

Selain memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan mempercepat waktu di manapun tempatnya manfaat lainnya juga yaitu, transaksi tercatat secara terurut sehingga pengguna dapat melakukan pembukuan pribadi perihal pengeluarannya. Contohnya, nasabah yang biasa melakukan pencatatan secara manual pasti akan senang dengan adanya fitur tersebut, karena tidak perlu lagi repot-repot mencatat di tambah lagi transaksi yang tercatat dalam aplikasi lebih akurat.

4. Kepuasan Nasabah

a. Kepuasan Nasabah

Menurut Rangkuti, Kotler dan Tjiptono Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi maka

nasabah tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi maka nasabah akan merasa puas.³⁰

Kepuasan nasabah merupakan faktor utama dalam menilai kualitas produk dimana nasabah menilai kinerja produk yang di rasakan secara langsung terhadap suatu produk. Dengan demikian kepuasan nasabah sangat penting dipertahankan untuk menjamin bahwa perusahaan tersebut mampu bersaing dengan baik.³¹

b. Kepuasan nasabah dalam perspektif islam

Kepuasan nasabah merupakan sejauh mana manfaat pada sebuah produk yang dirasakan sesuai dengan apa yang di harapkan nasabah. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-qur'an surah Al-Imran Ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Terjemahan:

“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

³⁰ Rangkuti, Kotler dan Tjiptono, “Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.” 2023.

³¹ Ahmad Syarif Iskandar, Rofiq Noorman Haryadi, Nurjaya, Heri Erlangga, Denok Sunarsi, “Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pigeonhole Coffee Di Bintaro Tangerang Selatan,” Jurnal Tadbir Peradaban 2, no. 2, 2019 : 147–153.

tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal. (Q.S. Al-Imran: 159).³²

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar senantiasa bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak boleh kasar (tegas) dalam bertindak, namun dalam kepuasan nasabah maka perilaku lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan inovasi produk terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan nasabah merupakan salah satu ujung tombak perusahaan dalam menjual produknya. Banyak tidaknya jumlah nasabah yang menggunakan produk digital BSI sangat berpengaruh terhadap cara perusahaan dalam melayani nasabah tersebut.

Hal ini terkait dengan harapan nasabah bahwa mereka berhubungan dengan bank yang aman, nyaman, dan mudah dalam melakukan transaksi. Produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) pada dasarnya ditujukan untuk membuat nasabah merasa puas di dalam seluruh aktifitas keuangannya. Islam sebagai agama yang rahmatan lil ‘alamin telah mengajarkan kepada kita tentang tata cara bersikap dan bertindak. Dalam konteks dunia usaha, khususnya perbankan syariah, tentu kaidah tersebut sangat penting untuk dilakukan karena terkait dengan salah satu fungsi perbankan yakni tentang kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah akan berimbas bagi peningkatan keuntungan bank.

³² Rahma harbani, “Surah Ali Imran Ayat 159: Perintah Untuk Bersabar & Lemah Lembut,” 13 Nov 2021, <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5808856/surah-ali-imran-ayat-159-perintah-untuk-bersabar-lemah-lembut>.

Dengan kata lain, apabila nasabah puas dengan produk bank, maka nasabah tersebut akan:³³

- 1) Loyal kepada bank, dalam arti kemungkinan kecil nasabah akan pindah ke bank lain dan akan tetap setia pada bank yang bersangkutan.
- 2) Mengulang kembali penggunaan produknya, artinya kepuasan nasabah terhadap penggunaan jasa bank dapat menyebabkan nasabah menggunakan kembali produk yang di tawarkan oleh bank secara berulang-ulang.
- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian produk yang di tawarkan oleh bank sehingga pembelian produk nasabah semakin beragam dalam satu bank.
- 4) Memberikan promosi secara gratis dari mulut ke mulut. Hal ini menjadi salah satu bukti mengenai kualitas produk yang di tawarkan.

c. Indikator kepuasan nasabah

Terdapat beberapa indikator untuk mengukur kepuasan nasabah menurut Indrasari antara lain:³⁴

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Minat berkunjung kembali merupakan kepuasan nasabah yang diukur dengan apakah nasabah ingin menggunakan kembali produk atau jasa perusahaan.

³³ Iskandar, "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Covid 19 Pada Bank Syariah Indonesia," *Journal Of Comprehensive Islamic Studies* 1, no.2, 2022: 243-274.

³⁴ Indrasari M, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press) 2023.

- 3) Kesiediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.
- d. Faktor-faktor yang menentukan kepuasan nasabah, terdapat 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, yaitu:³⁵
 - 1) Kualitas produk, nasabah akan merasa puas apabila sudah menggunakan produk dan produk yang digunakan berkualitas sesuai dengan yang di harapkan.
 - 2) Harga, bagi nasabah yang sensitif biasanya harga yang murah menjadi salah satu sumber kepuasan.
 - 3) Kualitas pelayanan, nasabah akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang di harapkan.
 - 4) Faktor emosional, emosi yang dimaksud adalah suasana hati. Suasana hati nasabah yang sedang gembira cenderung akan mempengaruhi respon yang positif terhadap suatu produk atau jasa yang di tawarkan begitupun sebaliknya.
 - 5) Kemudahan, biaya dan kemudahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Nasabah akan semakin puas apabila mendapatkan produk atau pelayanan yang lebih mudah dan efektif.
- e. Pengukuran tingkat kepuasan nasabah

Pengukuran tingkat kepuasan nasabah merupakan suatu kebutuhan dalam sebuah perusahaan, karena seperti tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk untuk memberikan yang terbaik bagi nasabah.

³⁵ Iskandar, "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Covid 19 Pada Bank Syariah Indonesia," *Journal Of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 2, 2022: 243-274.

Menurut Kotler, terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:³⁶

a. Sistem keluhan dan saran

Untuk memantau kepuasan nasabah dengan cara memberikan kesempatan kepada nasabah untuk memberikan saran, keluhan maupun pendapat. Media yang diberikan berupa kotak saran, kartu komentar dan juga saluran telepon beban pulsa.

b. Survei kepuasan nasabah

Pada umumnya penelitian mengenai tingkat kepuasan nasabah banyak dilakukan melalui metode survei dengan cara mengajukan pertanyaan (kuesioner) kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, maka perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus akan memberikan tanda positif bahwa perusahaan menanti perhatian terhadap para nasabah.

c. *Ghost shopping*

Metode ini digunakan dengan cara mempekerjakan orang dengan berpura-pura menjadi nasabah, kemudian nasabah bayangan tersebut akan menyampaikan mengenai kelebihan dan kelemahan dalam melayani nasabah. Selain itu juga untuk mengamati dan menilai bagaimana cara perusahaan dalam menangani setiap keluhan.

d. *Last customer analysis*

Merupakan metode yang digunakan untuk memantau kepuasan nasabah dengan cara menghubungi nasabah yang telah berhenti atau beralih ke perusahaan

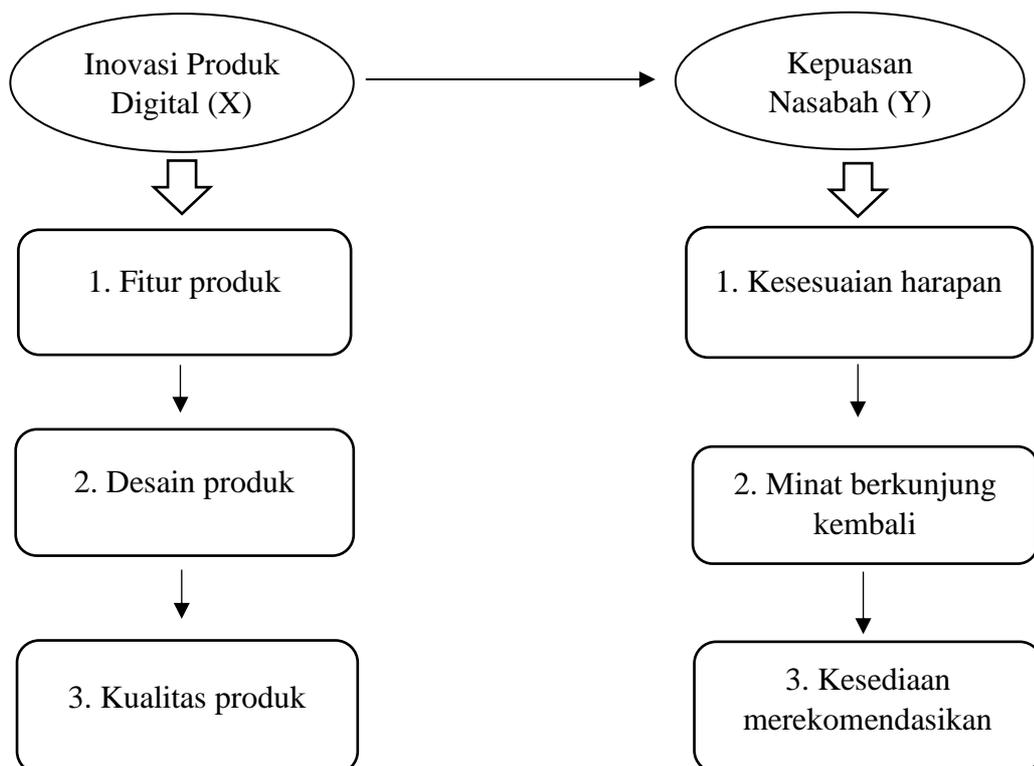
³⁶ Kotler, *Journal Of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 2, 2022: 243-274.

pesaing. Mereka dihubungi untuk memperoleh informasi tentang apa penyebab sehingga berhenti menjadi nasabah perusahaan tersebut.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disusun dari dasar fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan. Dalam penelitian ini terdapat variabel X dan Y atau yang biasa di sebut dengan variabel independen dan dependen. Dimana yang menjadi varibel independen atau yang mempengaruhi adalah Inovasi produk digital sementara yang menjadi variabel dependen atau dipengaruhi adalah kepuasan nasabah. Maka dari itu dengan adanya latar belakang masalah dan rumusan masalah, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk digital terhadap kepuasan nasabah.

Gambar 2.4 Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara dari rumusan masalah yang harus di uji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Diduga inovasi produk digital tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kota palopo pada mahasiswa IAIN Palopo.

H_1 : Diduga inovasi produk digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kota palopo pada mahasiswa IAIN Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan penjelasan (KBBI), kuantitatif berdasarkan jumlah atau banyaknya. Metode kuantitatif adalah penelitian yang datanya bersifat numerik atau angka. Dalam meneliti permasalahan dapat di ukur dengan angka-angka dan menggunakan data analisis statistik. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel yang bertujuan untuk membuktikan suatu hipotesis ditetapkan dalam penelitian.¹

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau lokasi yang berkaitan dengan sasaran atau masalah penelitian dan juga merupakan salah satu jenis sumber data yang dapat di manfaatkan oleh peneliti. Dalam penentuan lokasi penelitian penulis memilih kampus IAIN Palopo berfokus pada mahasiswa IAIN Palopo. Adapun waktu yang digunakan peneliti yaitu pada bulan Agustus-September 2024.

C. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono, Definisi operasional adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Tujuannya yaitu untuk menjabarkan variabel yang ada dalam penelitian agar dapat di ukur. Penelitian ini menggunakan variabel

¹ Salsabila Nanda, "Metode Penelitian Kuantitatif: Pengertian, Tujuan, Ciri, Jenis & Contohnya," November, 9, 2023, <https://www.brainacademy.id/blog/penelitian-kuantitatif>

independen (X) dari Inovasi produk digital, sedangkan variabel dependen (Y) dari kepuasan nasabah.²

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Inovasi Produk Digital (Variabel X)	Menurut Kotler dan Amstrong, inovasi produk adalah proses perancangan produk baru atau membuat pembaharuan dari produk yang sebelumnya sudah ada. ³	Adapun Indikator inovasi Produk Menurut Kotler dan Amstrong dapat diukur melalui: ⁴ 1. Fitur produk 2. Desain produk 3. Kualitas produk
2.	Kepuasan Nasabah (Variabel Y)	Menurut Rangkuti, Kotler dan Tjiptono, kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan produk terhadap ekspektasi mereka. ⁵	Terdapat beberapa indikator untuk mengukur kepuasan nasabah menurut Indrasari antara lain: ⁶ 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Ketersediaan merekomendasikan

Sumber: Jurnal Daya Saing & Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen

² Prof. Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)" Bandung: Alfabeta, 2013,58.

³ Kotler dan amstrong, "Jurnal Daya Saing" 9, no. 1, 2023: 112–121.

⁴ Kotler dan Amstrong, "Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM" 2, no. 2, 2022: 69–88, <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.277>.

⁵ Kotler dan Tjiptono Rangkuti, "Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.," 2023.

⁶ Indrasari M, "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan" Surabaya: Unitomo Press, 2023.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subyek atau obyek yang dipelajari tetapi meliputi keseluruhan karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut. Jadi Populasi dalam penelitian ini di batasi pada mahasiswa IAIN Palopo yang berjumlah 8.571 orang.⁷

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mampu mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan tenaga dan waktu maka peneliti dapat mengambil sampel yang di ambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut dapat diberlakukan untuk populasi.⁸ Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut sugiyono, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu artinya pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu.⁹ Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah mahasiswa IAIN palopo yang menggunakan BSI *Mobile*. Dalam

⁷ Prof. Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)" Bandung: Alfabeta, 2013, 115.

⁸ Prof. Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)" Bandung: Alfabeta, 2013, 116.

⁹ Prof. Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)" ed. 2, Bandung: Alfabeta, 2019.

penelitian ini, menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel.

Adapun rumus slovin sebagai berikut:¹⁰

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan maksimal yang ditolerir = 0,10 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Berdasarkan rumus slovin diatas, maka:

$$n = \frac{N}{N(e)^2}$$

$$n = \frac{8.571}{1 + 8.571(0,10)^2}$$

$$n = \frac{8.571}{1 + 8.571 (0,01)}$$

$$n = \frac{8.571}{1 + 85,71}$$

$$n = \frac{8.571}{86,71}$$

$$n = 98,846 = 100$$

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang diperoleh dari populasi mahasiswa IAIN Palopo sebanyak 8.571 orang sedangkan yang diperoleh

¹⁰ Aditya Mardiasuti, "Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan Dan Contoh Soal" 2022, <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/>

menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 98,846 dan dibulatkan menjadi 100 sampel.

E. Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang di bagikan kepada responden baik secara langsung maupun melalui *google form*.¹¹

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, instrumen adalah alat yang digunakan untuk mengukur nilai suatu variabel yang akan diteliti dengan tujuan untuk menghasilkan data yang akurat. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebar kuesioner kepada responden untuk di isi yang bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban responden.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang berguna untuk mengukur sikap serta pendapat responden. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan.¹²

¹¹ Prof. Dr. Sugiyono, “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)” Bandung: Alfabeta, 2017.

¹² Prof. Dr. Sugiyono, “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)” Bandung: Alfabeta, 2013.

Jawaban setiap item instrumen skala likert yang digunakan dimulai dari 1-4 mempunyai gradasi sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju, dengan keterangan nilai berikut:

Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert

No.	Pernyataan/Pertanyaan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

G. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai instrument untuk mengumpulkan data sesuai dengan metode penelitian.

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden untuk dijawab berdasarkan dengan kebutuhan penelitian. Penyebaran kuesioner kepada responden ini dilakukan baik secara langsung atau melalui *google form* sehingga memudahkan peneliti dalam menyebar kuesioner.¹³

¹³ Prof. Dr. Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D), Bandung: Alfabeta, 2013, 199.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik yang membahas terkait proses pengolahan data yang diperoleh selama melakukan penelitian untuk mendapatkan hasil penelitian.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi product moment. Uji validitas dilakukan untuk membandingkan nilai r hitung dan r tabel dengan menggunakan *degree of freedom* (df) = $n-k$ dengan keterangan n adalah jumlah responden k adalah jumlah variabel independen yang digunakan, dengan taraf sig 5% (0,05). Dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka dikatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana suatu alat ukur dapat di percaya. Digunakan. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban individu terhadap pernyataan konsisten.¹⁴ Rumus yang digunakan pada uji reliabilitas yaitu

¹⁴ Wahyuni, Noor, "Uji Validitas Dan Reliabilitas," Binus Nusantara, Sep 17, 2024, <https://journal-nusantara.com/index.php/Ekoma/article/view/5305>.

menggunakan rumus *Cronbach alpha* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka dinyatakan reliabel
2. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ maka dinyatakan tidak reliabel.

I. Teknik Pengolahan Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear sederhana. Uji asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya variabel yang digunakan atau untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam penelitian ini digunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai Signifikansi $< 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal.

b. Uji Linearitas

Menurut sugiyono, uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu dengan melihat nilai *Deviation*

from Linearity jika $> 0,05$ maka terdapat hubungan linear dan sebaliknya jika nilai *Deviation from Linearity* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan linear.¹⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi memiliki ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁶ Uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah uji glejser. Uji glejser adalah uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independent. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Jika nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono, analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen. Pada analisis regresi suatu variabel yang mempengaruhi di sebut variabel bebas dengan satu variabel terikat (variabel dependen).¹⁷

¹⁵ Metode Penelitian Pendidikan, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D) Bandung: Alfabeta 2015, 323.

¹⁶ Akt Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, “Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25”, 9th ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018, 138.

¹⁷ Prof. Dr. Sugiyono, (Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D) Bandung: Alfabeta, 2017, 260.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

X = Inovasi produk digital

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X= 0)

b = Koefisien Regresi (pengaruh positif atau negatif)

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut ghozali uji parsial atau uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuan dari uji t untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara individu.¹⁸ Adapun dasar pengambilan keputusan uji t yaitu:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berepengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R square) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui berapa banyak kontribusi variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

¹⁸ Akt Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, "Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25," 9th ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018, 98.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$) apabila nilai R Square semakin mendekati 1 maka dapat disimpulkan kuatnya kemampuan variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Sedangkan untuk nilai koefisien determinasi (R^2) kecil berarti kemampuan variabel independen memberikan informasi terhadap variabel dependen terbatas.¹⁹

¹⁹ Akt Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, "Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25," 9th ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018, 97.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat IAIN Palopo

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo sebelumnya dikenal dengan Fakultas Ushuluddin yang diresmikan pada tanggal 27 Maret 1968 dengan status filial dari IAIN Alauddin Ujung Pandang. Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Menteri Agama Nomor 168 tahun 1968, status fakultas tersebut ditingkatkan menjadi fakultas cabang, dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo. Selanjutnya, berdasarkan (SK) Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 65 Tahun 1982, status Fakultas Cabang tersebut ditingkatkan menjadi Fakultas Madya dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo.

Dalam perkembangan selanjutnya dengan keluarnya PP No. 33 Tahun 1985 tentang Pokok-pokok Organisasi IAIN Alauddin; Keputusan Presiden RI Nomor 9 Tahun 1987 tentang Susunan Organisasi IAIN; KMA -RI Nomor 18 Tahun 1988 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Alauddin, maka Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Palopo telah mempunyai kedudukan hukum yang sama dengan Fakultas-fakultas negeri lainnya yang ada di Negara Republik Indonesia. Berkenaan dengan kebijakan baru pemerintah tentang perguruan tinggi yang didasarkan pada Keputusan Presiden Republik Indonesia (RI) Nomor 11 Tahun 1997, maka mulai tahun 1997 Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo

beralih atau berubah status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo dan berdiri sendiri.

Setelah beralih status menjadi STAIN, dan baru berubah lagi menjadi IAIN lembaga ini mengalami perubahan yang cukup signifikan. Hal ini terlihat pada sistem tata kelola administrasi, keuangan dan kebijakan, sumber daya manusia semuanya mengalami kemajuan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Di samping itu, jumlah prodi pada STAIN Palopo semakin bertambah sebatas cakupan kewenangan bidang keilmuan yang memungkinkan dikelola STAIN itu sendiri. Sejak pembentukannya sebagai fakultas cabang dari IAIN Alauddin hingga menjadi perguruan tinggi yang berdiri sendiri. Adapun visi dan misi IAIN Palopo adalah sebagai berikut:

1) Visi IAIN Palopo:

- a) Terkemuka dalam integrasi keilmuan berciri kearifan lokal

2) Misi IAIN Palopo:

- a) Menyelenggarakan pendidikan tinggi dan mengembangkan integrasi keilmuan yang berkualitas dan profesional yang berciri kearifan lokal
- b) Mengembangkan bahan ajar berbasis penelitian yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat
- c) Meningkatkan peran institusi dalam pembangunan kualitas keberagaman masyarakat dan penyelesaian persoalan kemasyarakatan dengan mengedepankan keteladanan, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kearifan lokal

- d) Mengembangkan kerja sama lintas sektoral, dalam dan luar negeri untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.

2. Karakteristik Responden

Populasi yang di ambil sampel adalah mahasiswa IAIN Palopo yang menggunakan BSI *Mobile*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu artinya pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu. Sampel yang di ambil adalah berjumlah 100 responden mahasiswa IAIN Palopo yang menggunakan BSI *Mobile*. Setiap responden memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Maka dari itu diperlukan pengelompokan berdasarkan karakteristik tertentu.

Pengisian kuesioner penelitian, responden diminta untuk mengisi terlebih dahulu identitas diri sebagai penunjang data yang berisikan Fakultas/Prodi, usia, jenis kelamin.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti menyebar kuesioner kepada 100 Responden Mahasiswa IAIN Palopo, berikut jenis kelamin pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI) Mobile.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Perempuan	81	81%
2.	Laki-Laki	19	19%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Data Primer Diperoleh, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 hasil olah data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di atas, diketahui bahwa jumlah dari 100

mahasiswa IAIN Palopo, terdapat 81 orang berjenis kelamin perempuan atau 81% dan 19 orang berjenis kelamin laki-laki atau 19%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia pada penelitian ini mulai dari usia <20 sampai 23 tahun sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase%
1.	18	1	1%
2.	19	1	1%
3.	21	10	10%
4.	22	66	66%
5.	23	22	22%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer diperoleh, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia di atas, dapat di ketahui bahwa jumlah dari 100 responden memiliki umur yang berbeda, usia 18 tahun berjumlah 1 orang (1%), usia 19 tahun berjumlah 1 orang (1%), usia 21 tahun berjumlah 10 orang (10%), usia 22 tahun berjumlah 66 orang (66%) dan usia 23 tahun berjumlah 22 orang (22%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas/Prodi

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas/Prodi

No.	Fakultas/Prodi	Jumlah Responden	Persentase%
1.	Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah	17	17%
2.	Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	42	42%
3.	Fakultas Syariah	7	7%
4.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	34	34%
Jumlah		100	100%

Sumber: Hasil data primer diperoleh,2024

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan Fakultas/Prodi di atas dapat diketahui bahwa jumlah dari 100 responden berasal dari Fakultas/Prodi yang berbeda-beda, terdapat 17 responden dari FUAD atau 17%, FTIK 42 responden atau 42%, FASYA 7 responden atau 7% sedangkan FEBI terdapat 34 responden atau 34%.

3. Hasil dan Olah Statistik

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur uji validitas tersebut dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Jika r hitung lebih $>$ r tabel maka butir setiap pernyataan pada kuesioner tersebut dikatakan valid. Adapun 0,361 adalah nilai r tabel yang ditentukan berdasarkan taraf signifikan 5% dengan $df (n-2) = 28$. Hasil Uji validitas kuesioner variabel X dan Variabel Y dengan menggunakan program SPSS Versi 26 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk Digital (X)

Variabel X (Inovasi Produk Digital)			
Item	Pearson Correlation r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,832	0,361	Valid
P2	0,555	0,361	Valid
P3	0,832	0,361	Valid
P4	0,714	0,361	Valid
P5	0,641	0,361	Valid
P6	0,668	0,361	Valid
P7	0,495	0,361	Valid
P8	0,691	0,361	Valid
P9	0,745	0,361	Valid

Sumber: Diolah Menggunakan SPSS Statistics 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.4 di atas pada kolom Pearson Correlation (r_{hitung}), Setiap item pernyataan menghasilkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,361. Artinya instrumen penelitian untuk variabel Inovasi Produk Digital (X) di mulai dari 9 butir pernyataan dikatakan valid.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel Y Kepuasan Nasabah			
Item	Pearson Correlation r hitung	r tabel	Keterangan
P1	0,705	0,361	Valid
P2	0,677	0,361	Valid
P3	0,630	0,361	Valid
P4	0,842	0,361	Valid
P5	0,784	0,361	Valid
P6	0,863	0,361	Valid
P7	0,743	0,361	Valid
P8	0,761	0,361	Valid
P9	0,783	0,361	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.5 diatas pada kolom Pearson Correlation (r_{hitung}), setiap item pernyataan menghasilkan koefisien korelasi yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,361. Jadi, instrumen penelitian untuk variabel (Y) Kepuasan Nasabah dimulai dari semua butir 9 pernyataan dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan riabel jika jawaban terhadap pernyataan konsisten atau stabil.¹ Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan Cronbach' Alpha dengan tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,60.

¹ Wahyuni, Noor, "Uji Validitas Dan Reliabilitas, " Binus Nusantara, Sep 17, 2024, <https://journal-nusantara.com/index.php/Ekoma/article/view/5305>.

Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Inovasi Produk Digital (X)	0,855	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,905	Reliabel

Sumber: Data diolah dari IMB SPSS Statistics 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menjelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Inovasi Produk Digital (X) sebesar 0,855 dan variabel Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,905. Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada setiap variabel $> 0,60$ maka dapat di nyatakan reliabel.

b. Teknik Analisis Data

1.) Uji asumsi klasik

a.) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu variabel yang digunakan atau untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	.197 ^c

Sumber: Data diolah dari IMB SPSS Statistik 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji normalitas menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* diatas di peroleh hasil nilai signifikansi sebesar 0,197 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau bisa dikatakan $0,197 > 0,05$ maka dapat di simpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b.) Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu dengan melihat nilai *Deviation from Linearity* jika $> 0,05$ maka terdapat hubungan secara linear dan sebaliknya jika nilai *Deviation from Linearity* $< 0,05$ maka tidak terdapat hubungan secara linear.

Tabel Hasil 4.8 Uji Linearitas

ANOVA Table		
		Sig.
Inovasi Produk Digital	Deviation From Linearity	.206

Sumber: Data diolah dari IMB SPSS Statistik 26,2024

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji linearitas diatas dapat dilihat bahwa nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,206 lebih besar dari 0,05 atau $0,206 > 0,05$ maka terdapat hubungan secara linear.

c.) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi memiliki ketidaksamaan variasi dari residual suatu pengamatan terhadap

pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah ketika tidak terjadi heteroskedastisitas.² Uji heteroskedastisitas yang digunakan adalah uji glejser. Uji glejser adalah uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas dengan cara meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independent. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu, jika nilai signifikansi (sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya jika nilai signifikansi (sig.) < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Glejser

Coefficients^a	
Model	Sig.
1 (Constant)	.011
Inovasi Produk Digital	.339

Sumber: Data diolah dari IMB SPSS Statistics 26,2024

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig sebesar 0,339 lebih besar dari 0,05 ($0,339 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d.) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) Inovasi Produk Digital dengan Variabel dependen (Y) Kepuasan Nasabah. Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

² Akt Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, "Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25", 9th ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2018, 138.

Adapun hasil persamaan regresi diperoleh melalui regresi linear sederhana berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients^a	
	Unstandardized Coefficients
Model	B
1 (Constant)	2.356
Inovasi Produk Digital	.930

Sumber: Data diolah dari IMB SPSS Statistics 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 Pengaruh Inovasi Produk Digital (X) Kepuasan Nasabah (Y) maka dapat di rumuskan persamaan regresi linear sederhana dibawah ini:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 2,356 + 0,930x$$

Berdasarkan rumus di atas maka penjelasan mengenai hubungan antara variabel independent (X) Inovasi Produk Digital dan dependen (Y) Kepuasan Nasabah sebagai berikut:

- a) Nilai Konstanta (a) sebesar 2,356 merupakan keadaan saat variabel kepuasan nasabah (Y) belum di pengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel inovasi produk digital (X), jika variabel independent (X) tidak ada maka variabel kepuasan nasabah (Y) tidak mengalami perubahan.
- b) Nilai koefisien variabel Inovasi Produk Digital (X) adalah sebesar 0,930 menunjukkan bahwa variabel inovasi produk digital (X) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1% nilai inovasi produk digital maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah

sebesar 0,930 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

e.) Uji Hipotesis

1.) Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial atau uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Tujuannya yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara individu.³

Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria uji t jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai t tabel

$$\begin{aligned}
 &= t (a/2; n-k-1) \\
 &= (0,05/2; 100-1-1) \\
 &= (0,25;98) \text{ {lihat pada tabel distribusi} } \\
 &= 1.984
 \end{aligned}$$

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y artinya H_0 ditolak, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y yang artinya H_0 diterima. Berikut adalah hasil uji t.

³ Akt Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, "Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25," 9th ed. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018), 98.

Tabel 4.11 Hasil Uji t

Coefficients^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	.867	.388
Inovasi Produk Digital	10.965	.000

Sumber: Data Diolah Dari IMB SPSS Statistics, 26 2024

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji t di atas maka dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi Produk Digital (X) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 10,965 dan t_{tabel} 1,984 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi untuk pengaruh (parsial) X terhadap Y adalah sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 diterima yang berarti inovasi produk digital berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah di Kota palopo.

2.) Uji Koefisien Determinasi R^2

Uji digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b	
Model	R Square
1	.551

Sumber: Data diolah dari IMB SPSS Statistics 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji koefisien determinasi (R^2) di atas diketahui besarnya kontribusi pengaruh variabel Inovasi Produk Digital (X) terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai koefisien determinasi pada nilai R Square sebesar 0,551.

Maka berdasarkan hasil yang telah diolah melalui *SPSS 26.0 for windows* dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,551 \times 100\% \\ &= 55,1\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh nilai korelasi X dan Y sebesar 74,2%. Maka variabel inovasi produk digital (X) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar 55,1% dan $100\% - 55,1\% = 44,9\%$ dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

B. Pembahasan

Berdasarkan uji t inovasi produk digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah di kota palopo. Apabila inovasi produk digital semakin meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat, semakin baik inovasi produk maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa setiap produk yang diinovasikan Bank BSI dikatakan berhasil apabila Bank BSI mampu membuat produknya menjadi lebih menarik sehingga tidak membosankan dan membuat nasabah ingin menggunakan produk tersebut secara terus menerus.

Penelitian ini sesuai dengan pernyataan Malhotra dan Bontis (Rachmawati) (2022), mengenai inovasi dalam teori HCT (*Human Capital Theory*) untuk mempertimbangkan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam inovasi produk digital. Nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan inovasi produk dengan kualitas yang baik dari bank tersebut maka kemajuan teknologi

akan mengakibatkan inovasi pada produk turut mengalami perkembangan. Apabila nasabah merasa bahwa produk yang digunakan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan maka nasabah tidak akan menggunakan kembali produk dari perusahaan tersebut. Dengan itu inovasi produk digital dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.⁴

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dwi Sulistiani pada tahun (2023) yang menjelaskan bahwa inovasi produk, inovasi layanan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank. Berdasarkan penelitian yang dilakukan inovasi produk memiliki hubungan dengan kepuasan nasabah, jika inovasi produk meningkat maka kepuasan nasabah akan meningkat semakin baik inovasi produk maka dapat membuat nasabah merasa semakin puas.⁵

Penelitian lain yang mendukung hasil penelitian ini adalah Nurul Ulfa pada tahun (2023) hasil pengujian hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Bireuen.⁶

Kemudian hasil penelitian yang tidak berpengaruh oleh Iskandar (2022) Berdasarkan uji parsial (uji t) dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan nasabah di masa

⁴ Malhotra dan Bontis (Rachmawati), *Human Capital Management*, ed. Harini Fajar Ningrum, *Analytical Biochemistry*, vol. 11, Kota Bandung-Jawa Barat, 2022.

⁵ Dwi Sulistiani, "Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank," 2023.

⁶ Nurul Ulfa, "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen," *Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam* 1, no. 1, 2023: 10–19.

pandemic. Sedangkan variabel pelayanan menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan variabel pelayanan terhadap kepuasan nasabah dimasa pandemic covid-19.⁷

Hal tersebut menunjukkan semakin baik fasilitas yang tersedia dan di berikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Muara bulian, maka semakin banyak nasabah mendapatkan kepuasan dalam melakukan kegiatan keuangannya pada Bank syariah indonesia (BSI) terlebih pada masa covid 19. Pelayanan memang merupakan standar yang ada dan selalu di berikan kepada setiap nasabah baik dalam masa pandemic maupun non pandemic dan apabila semakin baik fasilitas dan pelayanan yang di berikan, maka akan semakin baik pula kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Muara Bulian. Dengan demikian, pemahaman fasilitas dan pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah pada masa covid 19 dapat di terima.

⁷ Iskandar, "Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Masa Covid 19 Pada Bank Syariah Indonesia," *Journal Of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 2, 2022: 243–74, <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.134>.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh inovasi produk digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah dikota palopo pada mahasiswa IAIN palopo. Maka kesimpulan pada penelitian ini yaitu, berdasarkan hasil uji hipotesis melalui uji t variabel inovasi produk digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah dikota palopo sedangkan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel inovasi produk digital (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Syariah dikota palopo (Y).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat diberikan penulis yaitu:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia

Peneliti berharap agar Bank Syariah Indonesia (BSI) terus meningkatkan inovasi produk digital dengan mengembangkan produk yang sebelumnya sudah ada, serta membuat dan menciptakan produk baru yang belum ada dan juga meningkatkan sistem teknologi digital BSI agar layanan yang digunakan tidak selalu gangguan, penggunaan teknologi digital yang baik dengan cara mengembangkan fitur BSI *Mobile* serta menghadirkan produk baru yang lebih lengkap agar dapat memudahkan nasabah dalam melakukan

transaksi dan memperhatikan keluhan nasabah sehingga produk digital BSI *Mobile* bisa menjadi lebih baik kedepannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama agar menambahkan variabel lain selain yang digunakan pada penelitian ini sehingga penelitian bisa lebih berkembang.

3. Bagi Mahasiswa

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai pengaruh inovasi produk digital terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah di kota palopo agar lebih menambah wawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Syarif Iskandar, Nurjaya, Heri Erlangga, Denok Sunarsi, R. N. H. (2019). Pengaruh Promosi dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pigeonhole Coffee di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147–153. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i2.171>
- Aisyah. (2022). Inovasi Dalam Perspektif Hadis. *Tahdis: Jurnal Kajian Ilmu Al-Hadis*, 8(1), 90–101.
- Amalia Rahmawati, W. H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Keamanan Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Cakrawala-Repository IMWI*, 6(6), 2817–2829.
- Amanda, N. (2023). Pengaruh Faktor Keamanan Dan Kemudahan Terhadap. 5(1), 2746–7058. <https://jurnalglobalmulia.or.id/index.php/alfatih>
- Armstrong, K. dan. (2020). *Jurnal Sains Manajemen*. 6(1), 36–50. <https://doi.org/10.30656/sm.v6i1.2097>
- Arrizki, F., Lubis, A. Y., & Lestari, D. (2023). Pengaruh Bsi Mobile Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa/I Perbankan Syariah-Uinsu). ” *Eksya Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 4, No. 1, Juni (2023): 2746–8925", 4(1), 2746–8925.
- Dwi Sulistiani. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.
- Febri Ramah, S. (2024). Layanan Mobile Banking dalam Mewujudkan Kepuasan Nasabah BSI di Surabaya. 3(3).
- Gerson, R. F. (2022). *Journal Of Comprehensive Islamic Studies*. 1(2), 243–274.
- Harbani, R. I. (2021). Surah Ali-Imran ayat 190-191. <https://news.detik.com/berita/d-5640615/surah-ali-imran-ayat-190-191-ayat-yang-membuat-rasulullah-menangis>
- Harianto, Megasari Gusandra Saragih, F. A. (2023). Peranan Kinerja Pemasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Desa Klambir v Kabupaten Deli Serdang. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(3), 15 22–1533.
- Helwin Yunus, Zulkarnain, J. (2023). Kepuasan Nasabah Memediasi Pengaruh Digital Banking Service Quality , Kepercayaan dan Inovasi Perbankan Terhadap Loyalitas Pada Bank Riau Kepri Syariah Cabang Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 112–121.
- Idris, M., & Triani, M. (2023). Kausalitas Sumber Daya Manusia, Urbanisasi Dan Modal Manusia di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 45. <https://doi.org/10.24036/jkep.v5i1.14420>

- Indahsari M. (2023). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Iskandar. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Masa Covid 19 pada Bank Syariah Indonesia. *Journal Of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 243–274. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.134>
- Isnaini, F., Hermain, H., & Aslami, N. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Pendapatan Cv Sagu Basah Pak Udin Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 129–142. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.508>
- Jannah, A. M., & Hastari, D. N. (2023). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Menggunakan M-Banking BSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Sakti Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Stie Sakti Alam Kerinci*, 12(1), 100–109. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf%0Ahttp://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1>
- Januariansyah Arfaizar, Navirta Ayu, Fitri Riyanto, Yusdani, dan S. M. (2023). Inovasi Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital Di Indonesia. *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, 7(2), 163–191. <http://10.0.120.42/wadiah.v7i2.327>
- Kotler. (2022). *Journal Of Comprehensive Islamic Studies*. 1(2), 243–274.
- Kotler. (2023). “Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial.” 10 (3), 1522–1533.
- Kotler dan amstrong. (2023). “Jurnal Daya Saing.” 9 (1), 112–121.
- Kotler dan Amstrong. (2022). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*. 2 (2), 69–88. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v2i2.277>
- Lesmana, C. I. (2023). Pengaruh kualitas produk, kebutuhan mencari variasi, terhadap ketidakpuasan nasabah berdampak pada perpindahan ke bank syariah. *01 (02)*, 42–50.
- Lestari, N. (2022). Analisis terhadap Manfaat Penggunaan Fitur Layanan M-Banking BSI Bagi Nasabah Kcp Gombong Kebumen. *Maen: Jurnal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 1(2), 219–242.
- Malhotra dan Bontis (Rahmawati). (2022). Human Capital Management. In H. F. Ningrum (Ed.), *Analytical Biochemistry* (Vol. 11, Issue 1). <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Mardiastuti, A. (n.d.). Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal”. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin>

- Milza, A. T., Fasa, M. I., Suharto, S., & Fachri, A. (2021). Implementasi Bsi Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking. *Ijab Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.3>
- Muzayyanah Jabani Dan Riswan Aris. (2018). Pengaruh Perbankan Syariah Dalam menggerakkan sektor riil Inovasi Produk (Product Innovation) Sebagai Variabel Moderating. *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 7, 1–25.
- Nanda, S. (n.d.). Metode Penelitian Kuantitatif: Pengertian, Tujuan, Ciri, Jenis & Contohnya. November, 9, 2023 <https://www.brainacademy.id/blog/penelitian-kuantitatif>
- Nurhayani, Kamillah, N. A. B. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Digital Banking Sebagai Layanan Transaksi Online Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BSI Syariah Kabupaten Langkat. *Edunomika*, 08 (01), 1–12.
- Nurul Ulfa. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. *Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 1(1), 10–19.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)”. Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D),” Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D),” Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D),” Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). “Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)” (Alfabeta).
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif Dan R&D (2). Alfabeta.
- Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2018). "Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25" (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25” (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25” (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Prof.H.Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Program SPSS 25” (9th ed.). Universitas Diponegoro.

ate Program SPSS 25” (9th ed.). Universitas Diponegoro.

- Rachmatia Nurchaliza. (2024). Teknik Pengambilan Sampel. <https://bit.telkomuni-versity.ac.id/teknik-pengambilan-sampel/>
- Rahma harbani. (2021). “Surah Ali Imran Ayat 159: Perintah Untuk Bersabar & Lemah Lembut.” 13 Nov 2021. 2021. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5808856/surah-ali-imran-ayat-159-perintah-untuk-bersabar-lemah-lembut>.
- Rangkuti, K. dan T. 2015. (2023). “Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.”
- Saut Parulian Saragih. (2024). BSI Mobile Ujung Tombak untuk Tingkatkan Penetrasi Digital & Layanan Keuangan Terintegrasi. <https://www.bank-bsi.co.id/news-update/berita/bsi-mobile-ujung-tombak-untuk-tingkatkan-penetrasi-digital-layanan-keuangan-terintegrasi>
- Siti Fatimah. (2023). Pengaruh Service Quality, E-Trust Dan Transformasi Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roib a Journal*, 6 (1), 378–381. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3952>
- Tadjuddin, Ahmad Syarief Iskandar, Lesti, R. (2020). Mobile Banking System : How the Village Community Perceive. 8 (2), 304–313.
- Tjiptono, kotler dan keller. (2020). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 1(1), 64–77. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Tjiptono, kotler dan keller. (2022). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 8 (1), 1–9.
- Wahyuni, Noor. n.d. “Uji Validitas Dan Reliabilitas, Binus Nusantara,.” Sep 17, 2024. <https://journal-nusantara.com/index.php/Ekoma/article/view/5305>.
- Wang dan Chang. (2023). Human Capital Sebagai Bagian Dari Intelligent Capital Dalam Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3 (3), 279–295. <https://doi.org/10.51903/jupea.v3i3.1189>
- Yusuf, E. B., Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2023). Inovasi Layanan Perbankan Syariah Berbasis Teknologi sebagai Wujud Penerapan Green Banking. *Istithmar*, 7 (1), 34–41. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v7i1.444>
- Yusuf, M., Sumarno, & Komarudin, P. (2022). Bank Digital Syariah Di Indonesia : Telaah Regulasi Dan Perlindungan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13 (2), 2579–6453.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

*Lampiran 1: Kuesioner Penelitian***KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI****PENGARUH INOVASI PRODUK DIGITAL TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA PALOPO
PADA MAHASISWA IAIN PALOPO****Petunjuk Pengisian :**

1. Pilihlah salah satu jawaban yang memenuhi persepsi Saudara/Saudari dengan cara memberi tanda centang (√).
2. Isilah data responden berikut berdasarkan kriteria yang Saudara/Saudari miliki.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Fakultas/Program Studi :
3. Usia : < 20 tahun 20-22 tahun > 23-25 tahun
4. Jenis Kelamin : Perempuan Laki-laki

B. Keterangan Jawaban:

Singkatan	Keterangan	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat Setuju	4

C. Variabel X (Inovasi Produk Digital)

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Fitur Produk					
1.	Fitur pada produk digital Bank Syariah Indonesia memudahkan saya dalam melakukan transaksi keuangan				
2.	Saya merasa fitur keamanan pada produk digital Bank Syariah Indonesia sangat memadai				
3.	Fitur pencarian informasi pada produk digital Bank Syariah Indonesia sangat membantu saya dalam mengakses informasi keuangan				
Desain Produk					
4.	Desain aplikasi mobile Bank Syariah Indonesia mudah digunakan				
5.	Tampilan antarmuka produk digital Bank Syariah Indonesia sangat menarik				
6.	Saya merasa nyaman saat mengakses aplikasi digital Bank Syariah Indonesia karena desainnya yang user-friendly				
Kualitas Produk					
7.	Saya percaya bahwa produk digital Bank Syariah Indonesia selalu terjaga kualitasnya				
8.	Update yang dilakukan pada produk digital Bank Syariah Indonesia selalu membawa peningkatan yang berarti				
9.	Saya merasa puas dengan konsistensi performa aplikasi digital Bank Syariah Indonesia				

D. Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Kesesuaian Harapan					
1.	Produk digital Bank Syariah Indonesia sesuai dengan apa yang saya harapkan				
2.	Produk digital Bank Syariah Indonesia memenuhi kebutuhan saya sebagai nasabah				
3.	Saya merasa pengalaman yang saya dapat dari menggunakan produk digital Bank Syariah Indonesia sesuai dengan ekspektasi saya				
Minat Berkunjung Kembali					
4.	Saya tertarik untuk terus menggunakan produk digital Bank Syariah Indonesia di masa depan				
5.	Kemudahan penggunaan produk digital Bank Syariah Indonesia membuat saya ingin terus menggunakannya				
6.	Saya akan menggunakan produk digital Bank Syariah Indonesia lagi untuk transaksi keungan saya selanjutnya				
Kesediaan Merekomendasikan					
7.	Saya akan merekomendasikan produk digital Bank Syariah Indonesia kepada teman dan keluarga				
8.	Produk digital Bank Syariah Indonesia layak untuk direkomendasikan berdasarkan kualitas dan layanannya				
9.	Saya percaya bahwa orang lain akan mendapat manfaat dari menggunakan produk digital Bank Syariah Indonesia				

Lampiran 2: Surat Izin Meneliti



PEMERINTAH KOTA PALOPO DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax. : (0471) 326048, Email : dpmptsp@palopokota.go.id, Website : http://dpmptsp.palopokota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2/2024.0801/IP/DPMPSTP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : ECA PAGILING
Jenis Kelamin : P
Alamat : Dsn. Barana, Kec. Bassesangtempe Utara, Kab. Luwu
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 2004020022

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH INOVASI PRODUK DIGITAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH DI KOTA PALOPO (STUDI KASUS MAHASISWA IAIN PALOPO)

Lokasi Penelitian : Institut Agama Islam Negeri Palopo
Lamanya Penelitian : 12 Juli 2024 s.d. 12 Agustus 2024

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undanganyang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitiantidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) examplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian inidinyatakanidakberlaku, bilamanapemegang izinternyata tidak menaaitketentuan- ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 12 Juli 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPSTP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan, Kepada Yth.:

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkanoleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



Lampiran 3: Dokumentasi

Dokumentasi FEBI



Dokumentasi FTIK



Dokumentasi FUAD



Dokumentasi FUAD



Dokumentasi FEBI



Dokumentasi FASYA



Lampiran 4: Data Responden

NO	INOVASI PRODUK DIGITAL X									X	KEPUASAN NASABAH Y								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
1	4	3	4	4	3	4	3	4	4	33	3	3	3	4	4	4	4	3	32
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	27
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	27
6	3	3	3	3	4	2	2	3	3	26	3	3	3	3	3	4	4	3	29
7	4	3	4	3	3	4	4	3	3	31	4	3	3	3	4	3	3	4	30
8	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28	3	4	4	3	3	4	4	3	32
9	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34	4	4	3	4	4	4	3	4	33
10	3	3	3	4	4	3	3	3	3	29	3	4	4	4	3	4	4	4	34
11	3	2	3	3	2	3	3	3	3	25	3	4	3	3	3	3	3	3	28
12	4	3	4	4	3	3	3	3	3	30	3	4	3	3	3	3	3	4	29
13	4	4	4	4	3	3	4	4	3	33	4	4	3	3	4	4	3	4	33
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	3	3	33
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	4	3	4	4	4	3	4	4	3	33	4	4	3	4	4	4	4	4	35
19	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33	4	4	4	4	4	4	4	3	35
20	3	3	3	4	4	3	3	4	3	30	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	4	3	4	4	4	3	3	3	4	32	4	4	3	4	4	4	4	4	35
22	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	36
23	4	2	4	4	4	3	3	3	3	30	4	4	4	4	4	4	4	4	36
24	4	3	4	4	4	4	3	4	3	33	4	4	3	4	4	4	4	4	35
25	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34	4	4	3	4	4	4	4	4	35
26	3	4	3	3	4	3	4	3	4	31	4	4	4	3	3	4	3	3	32
27	3	4	3	4	4	3	4	3	3	31	4	4	4	3	3	4	3	4	33
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	4	4	3	2	2	3	3	3	27
29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	36
31	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34	3	4	4	3	3	4	4	4	33
32	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34	4	3	3	4	4	4	3	3	32
33	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34	4	4	3	4	4	4	4	4	35
34	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34	4	4	3	4	4	4	4	4	35
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	4	36
36	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34	3	4	3	4	4	3	3	3	29
37	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	3	4	4	4	4	4	35
38	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	4	4	4	4	35
39	4	3	4	3	4	3	3	3	3	30	3	3	4	2	3	3	3	3	28
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35	4	3	4	4	4	4	4	4	35
41	4	3	4	4	3	3	4	4	3	32	4	3	4	4	3	4	4	3	33
42	4	4	4	4	4	3	3	4	2	32	3	4	4	4	4	4	4	3	34
43	4	2	4	3	4	3	2	3	3	28	4	3	4	4	4	4	4	3	34
44	4	3	3	2	3	3	4	3	2	27	3	2	3	3	3	3	3	4	27
45	4	3	4	4	4	3	3	4	3	32	3	3	3	3	4	4	3	3	30
46	3	4	3	3	2	4	3	4	2	28	4	4	3	4	4	4	4	3	34

Lampiran 5: Hasil Uji Penelitian SPSS Versi 26

Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel Inovasi Produk Digital (X)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Total
P1	Pearson Correlation	1	.219	1.000**	.649**	.393*	.584**	.253	.528**	.577**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.245	.000	.000	.032	.001	.177	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.219	1	.219	.194	.409*	.253	.296	.268	.478**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.245		.245	.304	.025	.178	.112	.152	.008	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	1.000**	.219	1	.649**	.393*	.584**	.253	.528**	.577**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.245		.000	.032	.001	.177	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.649**	.194	.649**	1	.575**	.318	.214	.480**	.386*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.304	.000		.001	.087	.255	.007	.035	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.393*	.409*	.393*	.575**	1	.194	.112	.344	.510**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.032	.025	.032	.001		.305	.556	.063	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.584**	.253	.584**	.318	.194	1	.296	.390*	.478**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.001	.178	.001	.087	.305		.112	.033	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.253	.296	.253	.214	.112	.296	1	.380*	.209	.495**
	Sig. (2-tailed)	.177	.112	.177	.255	.556	.112		.038	.269	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.528**	.268	.528**	.480**	.344	.390*	.380*	1	.384*	.691**
	Sig. (2-tailed)	.003	.152	.003	.007	.063	.033	.038		.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.577**	.478**	.577**	.386*	.510**	.478**	.209	.384*	1	.745**

	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.001	.035	.004	.008	.269	.036		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.832**	.555**	.832**	.714**	.641**	.668**	.495**	.691**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

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

B. Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk Digital (X)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.855	9

2. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.905	9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60664212
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.069
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.197 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Inovasi Produk Digital	Between Groups	(Combined)	916.074	11	83.279	12.595	.000
		Linearity	825.296	1	825.296	124.811	.000
		Deviation from Linearity	90.778	10	9.078	1.373	.206
Within Groups			581.886	88	6.612		
Total			1497.960	99			

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.734	1.056		2.590	.011
	Inovasi Produk Digital	-.033	.034	-.097	-.961	.339

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.356	2.718		.867	.388
	Inovasi produk digital	.930	.085	.742	10.965	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.356	2.718		.867	.388
	Inovasi produk digital	.930	.085	.742	10.965	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 ^a	.551	.546	2.61991

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk Digital

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Lampiran 6: Tabel Distribusi r yang digunakan dalam Uji Validitas

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 7: Tabel Distribusi T yang digunakan dalam uji parsial (uji t)

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 8: Hasil Cek Plagiasi dengan Turnitin

Pengaruh Inovasi Produk Digital terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kota Palopo Pada Mahasiswa IAIN Palopo

ORIGINALITY REPORT

5% SIMILARITY INDEX	4% INTERNET SOURCES	3% PUBLICATIONS	3% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
2	ojs.unimal.ac.id Internet Source	1%
3	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%
4	Siti Fatimah. "Pengaruh Service Quality, E-Trust adn Transformasi Digital terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile:", Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal, 2023 Publication	1%
5	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	1%
6	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
7	ijab.ubb.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes OnExclude matches < 1%Exclude bibliography On

Lampiran 9: Daftar Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Eca Pagiling, lahir di Barana pada tanggal 14 Juli 2001.

Penulis merupakan anak kelima dari delapan bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Ruruk Patabang dan Almh. ibu Darwia Tangdiombo. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Ahmad Razak Kompleks Cempaka, Kel. Pajalesang, Kec.

Wara Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 477 Barana. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 3 Palopo hingga tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Palopo. Setelah lulus SMK di tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni, yaitu di Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact person penulis: *Ecapagiling14@gmail.com*