

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Feriina Halawa
NPM : 20210028
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Digitalisasi Terhadap Persepsi Kualitas Layanan
Konsumen Bank BRI Unit Karya Di Era Revolusi Industri
4.0

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas HKBP Nommoutusen Medan

Dengan demikian skripsi ini telah dilengkapi dengan syarat-syarat
akademis untuk menempuh ujian skripsi untuk menyelesaikan studi.

SARJANA ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STRATA SATU (S-1) PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

Pembimbing I


Drs. Charles M Siauturi, MSBA

Pembimbing II


Vera A.R. Pasaribu, S. Sos., MSP

Ketua program Studi


Drs. Kepler Sinaga, MM

Dekan


Dr.Drs. Nalorn Singian, MM

BAB I

PENDAHULUN

Industri 4.0 telah menjangkau layanan perbankan termasuk BRI. Istilah dari Revolusi Industri 4.0, pertama kali lahir di Jerman tepatnya pada tahun 2011 saat diadakan Hannover Fair, salah satu bidang yang menuju pergeseran era industri 4.0 yaitu bidang perbankan. Industri perbankan merupakan salah satu industri servis yang memiliki perkembangan yang sehat sehingga mampu menjadi salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perbankan telah memberikan sumbangan besar terhadap pendapatan masyarakat secara nasional serta berfungsi sebagai lembaga perantara yang menampung dana dari masyarakat lalu menyalurkan kembali kepada masyarakat melalui kegiatan perekonomian yang bersifat produktif.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendorong digitalisasi perbankan dengan mengeluarkan Peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, peraturan ini menyebutkan “layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*) serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan”. Dengan adanya peraturan

dari OJK ini diharapkan perbankan dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Kehadiran digitalisasi telah melakukan banyak perubahan yang meliputi hampir keseluruhan aspek kehidupan, dimanapun, kapanpun dan apapun yang kita butuhkan dapat terlayani hanya dengan satu genggaman, maka sekarang ini terjadilah kemudahan dalam beraktivitas, sehingga dengan kemajuan teknologi inilah yang mendorong dunia perbankan untuk mengikuti perkembangan tersebut, tak terkecuali Bank BRI yang juga merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia.

Digitalisasi itu merupakan proses transformasi informasi, data, atau aktivitas yang semula dalam bentuk analog / non-analog menjadi bentuk digital. Konteks teknologi informasi, digitalisasi menggunakan teknologi digital seperti komputer, perangkat lunak, dan jaringan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan memproses data secara elektronik, sehingga informasi atau data yang ingin di akses, disimpan, dan dibagikan dengan lebih mudah dan efisien, maka hal ini dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam berbagai bidang salah satunya dalam bidang perbankan.

Dalam sistem perbankan digitalisasi tidak hanya sekedar menjadi sebuah pilihan namun sudah menjadi kewajiban dan keharusan agar dapat mempertahankan keberadaanya sehingga mampu mengimbangi persaingan dari bank yang lain yang juga sudah melakukan inovasi dan memenuhi kebutuhan nasabahnya dimana pada era revolusi industri 4.0, nasabah sendiri memiliki harapan yang sangat tinggi terhadap layanan perbankan, menginginkan dalam pengurusan apapun adanya pelayanan yang cepat, mudah, tepat, keamanan, fleksibel yang bahkan tanpa batas waktu atau yang disebut layanan 24/7.

Mengingat betapa pentingnya memperluas jangkauan digitalisasi yang akan memenuhi harapan konsumen dan juga mampu meningkatkan kualitas layanan, tentu kita harus pahami bahwa digitalisasi sendiri juga membawa tantangan yang lebih ekstra dalam peningkatan kualitas layanan bagi BRI. Selain persaingan industri perbankan yang semakin ketat karena tentunya bank–bank lain juga ikut berlomba–lomba untuk mengadopsi digital untuk meningkatkan kualitas layanan mereka, BRI juga harus memastikan keamanan data konsumen dan edukasi yang cukup untuk mengikuti perkembangan ini.

Perubahan gaya konsumsi masyarakat yang disebabkan karena kondisi pandemi diikuti dengan segala aturan barunya memberikan perubahan cukup signifikan terhadap perkembangan digitalisasi. Dimana digitalisasi memberi kemungkinan bank untuk mampu menyediakan layanan yang meluas terutama di daerah yang sangat sulit dijangkau secara fisik, sehingga mampu meningkatkan inklusi keuangan serta layanan konsumen.

Menurut laporan *We Are Social*, per Januari 2023 pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta jiwa, dikatakan bahwa jumlah ini setara dengan 77% dari total populasi Indonesia pada awal tahun 2023 ini yaitu sebanyak 276,4 juta jiwa. Menurut laporan ini juga menemukan bahwa rata–rata orang Indonesia menghabiskan selama 7 jam 42 menit per hari untuk menggunakan internet, dan mayoritas atau setara dengan 98,3% nya menggunakan internet melalui telepon genggam.

Hal ini dapat memberi gambaran bagi perbankan untuk meningkatkan inovasi menuju digitalisasi sebagai bentuk peningkatan kualitas layanan nasabah. Dengan

pengaruh perkembangan teknologi, baik produk–produk maupun layanan sudah berbasis teknologi seperti saat ini adanya *Automatic Teller Machine* (ATM), mobile banking, sms banking, internet banking, sampai pada pemanfaatan media sosial sebagai salah satu alat pemasaran, dan dengan dikembangkan produk digital yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan dan tak lepas dari kemudahan untuk nasabahnya.

Demikian dengan BRI Unit Karya sebagai salah satu bank yang beroperasi di era digital ini, yang tak terlepas dari dampak digitalisasi dan pada saat ini telah mengadopsi teknologi digital dalam berbagai aspek operasionalnya, termasuk dalam layanan konsumen. Saat ini, perlu untuk memahami dampak digitalisasi terhadap kualitas layanan konsumen, dengan adanya pemahaman tersebut, BRI Unit Karya dapat memperluas jangkauan sehingga mampu memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan kualitas layanan.

Selain dari pada itu BRI Unit Karya juga perlu memahami konteks persaingan industri perbankan yang bahkan saat ini semakin ketat sehingga BRI Unit Karya dapat terus memperbaiki dan mengembangkan layanan digital agar tetap kompetitif sehingga dapat mengidentifikasi peluang–peluang dan tantangan yang akan muncul, serta dapat mengambil langkah–langkah yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen di era Revolusi Industri 4.0 saat ini, dan pada akhirnya mampu memberi pengalaman yang baik kepada konsumen.

Dengan uraian di atas penulis melihat digitalisasi layanan mempunyai pengaruh besar terhadap peningkatan persepsi kualitas layanan konsumen dan

menurut pendapat saya hasil dari diskusi dengan beberapa orang konsumen mereka menggunakan BRImo karena efisiensi waktu, nyaman, akurat, mudah, aman, dan handal untuk itu penulis sangat tertarik untuk mengkaji lebih dalam masalah tersebut dengan melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Digitalisasi Terhadap Persepsi Kualitas Layanan Konsumen Bank BRI Unit Karya Di Era Revolusi Industri 4.0”.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas adapun hal yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Apakah digitalisasi layanan BRI Unit Karya dapat meningkatkan persepsi kualitas layanan konsumen?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui digitalisasi layanan dapat meningkatkan persepsi kualitas layanan konsumen.

1.3 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini dapat memberi manfaat kepada

1. Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah pemahaman tentang ilmu pengetahuan, terkhusus untuk mengetahui apakah pengguna digitalisasi layanan dapat meningkatkan persepsi kualitas layanan konsumen.

2. Manajemen BRI Unit Karya

Memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan digitalisasi yang dapat meningkatkan persepsi kualitas layanan konsumen dan juga

sebagai masukan kepada manajemen BRI Unit Karya dalam pengambilan keputusan strategi terkait peningkatan kualitas layanan konsumen.

3. Pengembangan Penelitian Akademisi

Sebagai sumber informasi dan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk meningkatkan kualitas akademik dalam meningkatkan kualitas layanan pada Bank BRI Unit Karya dengan perkembangan digitalisasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Servis

Layanan merupakan suatu jenis produk yang berfokus pada penyediaan layanan kepada konsumen yang tidak berwujud atau tidak berbentuk barang fisik, yang berarti produk ini tidak dapat dilihat ataupun disentuh seperti produk fisik tetapi menyediakan nilai tambah melalui penawaran layanan ataupun pengalaman.

Menurut Philip Kotler layanan adalah tindakan atau kinerja apa pun yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik.

Layanan memiliki empat karakteristik utama (terjemahan bebas dari buku *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation, and Control*, Philip Kotler, 1991:456-458)

1. Tidak berwujud (*intangible*)
Layanan tidak berwujud. Berbeda dengan produk fisik, layanan tidak dapat dilihat, dirasakan, dicium atau dimiliki oleh pelanggan seperti halnya dengan barang fisik.
2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)
Layanan diproduksi dan dikonsumsi dalam waktu yang bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan, didistribusikan melewati pengecer penjual dan kemudian baru dikonsumsi ataupun dikemudian hari. Jika layanan diberi oleh seseorang maka penyedia layanan merupakan bagian dari itu.
3. Bervariasi (*Variability*)
Layanan sangatlah bervariasi dan sulit diprediksi dikarenakan bergantung pada siapa yang menyediakan, dimana dan kapan mereka menyediakan
4. Mudah Rusak (*Perishability*)
layanan tidak dapat disimpan untuk digunakan di masa depan, layanan hanya dapat dinikmati saat dilakukan.

2.1.2 Ciri-ciri Servis

Menurut Tjiptono (2012:198) bahwa ada beberapa indikator pokok yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan, yaitu:

1. Intangibility, yaitu tidak berwujud atau tidak dapat dicium, dirasa, diraba, didengar, dilihat sebelum di konsumsi atau dibeli.
2. Inseparability, yaitu ciri layanan yang memiliki sifat dijual terlebih dahulu, setelah itu baru diproduksi dan dipakai atau dikonsumsi di waktu yang sama.
3. Variability, layanan memiliki banyak variasi artinya jenis dan bentuk kualitas sangat beragam.
4. Perishability, layanan merupakan suatu komoditas yang tidak dapat disimpan, tidak untuk pemakaian ulang dimasa depan, atau pun dijual dan dikembalikan.

2.1.3 Pengertian Kualitas

Dalam kamus Bahasa Indonesia kualitas atau yang biasa di katakan dengan mutu merupakan nilai tingkatan baik atau buruk sesuatu hal, kualitas juga dapat dikatakan suatu tingkat keunggulan. Raka Pria Anugrah (2023:2) kualitas dapat diartikan sebagai atribut fundamental juga esensi dari suatu jasa maupun produk yang mempengaruhi kapasitasnya dalam memenuhi suatupersyaratan tertentu.

Menurut Aryani (2022), dalam buku *“Upaya Manajemen Pariwisata agar Berkualitas Antrian, Paradoks, Toleransi dan Berkelanjutan”*(2023:90)dituliskan bahwa kualitas ialah suatu kesesuaian denganpemanfaatan dan kegunaannya, atau dengan kata lain, suatu produk jasa atau barang dihendaki sesuai dengan yang dibutuhkan dan yang diharapkan oleh para penggunanya.

2.1.3.1 Kualitas Barang

Kualitas barang merupakan suatu kondisi fisik, dimana fungsi dan sifat suatu barang berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan dengan tujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas barang merupakan pemahaman bahwa barang yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh penjual lain yang sejenis dengan memuaskan konsumen sesuai dengan nilai uang yang mereka keluarkan.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam dalam Aceng Febi (2023:131), kualitas barang adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya, meliputi ketepatan, kehandalan, kemudahan operasi, daya tahan, dan perbaikan produk, dan atribut lainnya.

2.1.3.2 Kualitas Servis

Menurut Tjiptono, 2012 dalam Arsyid dan Atik Budi Paryanti (2022:73) menyampaikan bahwa kualitas layanan atau Jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Wyckop dalam Dadang Suhairi (2019:2541-2542) kualitas layanan merupakan suatu tingkat kesempurnaan yang diharapkan oleh pelanggan serta pengendalian atas kesempurnaan itu sendiri dalam memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan bukanlah apa yang diberikan pemasok akan tetapi apa yang pelanggan dapatkan dan bersedia untuk membayarnya.

Kuncinya adalah harus mampu mencapai ekspektasi atau harapan konsumen. Harapan konsumen terbentuk dari pengalaman dari masa lalu, cerita sesama dari mulut kemulut, dan tidak tertutup juga periklanan-periklanan dari pihak perusahaan sendiri. Karena konsumen akan memilih layanan atas dasar hal ini dan akan membanding-bandingkannya dengan layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan. Karena jikalau layanan berada dibawah harapan konsumen maka perusahaan akan kehilangan konsumen dikarenakan konsumen hilang minat akan penyedia layanan, akan tetapi jika layanan memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen tentu mereka akan cenderung untuk datang dan menggunakan layanan yang sama.

2.1.3.3 Dimensi Kualitas Servis

Kualitas adalah ketepatan kemampuan untuk memenuhi keinginan atau harapan. Untuk meningkatkan keberhasilan kualitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan.

Kualitas layanan terdiri dari lima dimensi (terjemahan bebas dari buku *Service Marketing*, David L. Kurtz 1998:102)

1. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu daya tanggap dari penyedia layanan dalam menanggapi aduan dari klien, dan kemampuan karyawan untuk sesegara mengatasinya.
2. *Reliability* (Kehandalan), yaitu kesiapan dalam melakukan fungsinya dalam waktu yang telah ditentukan, misalnya membuat kesepakatan kepada klien untuk menyiapkan suatu pengurusan dalam tempo 2 jam, dan melaksanakan layanannya dengan setia.
3. *Assurance* (Jaminan), yaitu kemampuan pelaku usaha untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan sehingga pelanggan merasa aman saat

melakukan transaksi. Komunikasi yang baik, serta sikap sopan kepada setiap pelanggan.

4. *Tangibles* (Bukti Fisik), yaitu kualitas yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh konsumen, seperti fasilitas dan peralatan yang tertata dan pegawai yang rapi dan menarik.
5. *Empathy* (Kepedulian), yaitu rasa peduli dan pendekatan diri dari perusahaan yang diberikan kepada masing-masing pelanggan sehingga selain memberikan kenyamanan perusahaan juga dengan mudah mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2.1.4 Layanan Perbankan

Layanan perbankan dapat didefinisikan sebagai segala bentuk layanan atau fasilitas yang disediakan oleh lembaga perbankan kepada pelanggan atau nasabahnya. Layanan ini mencakup berbagai bentuk seperti pembukaan rekening, pemberian pinjaman, pemrosesan transaksi keuangan, penerbitan kartu debit/kredit, pembayaran tagihan, investasi, dan lain sebagainya. Layanan perbankan juga dapat mencakup pemberian nasihat keuangan, pengelolaan kekayaan, dan layanan perencanaan pension yang dimana seluruh kegiatan tersebut hanya dapat dilakukan di kantor perbankan saja. Layanan perbankan mempunyai tujuan utama yaitu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta memberikan kemudahan dalam mengelola keuangan mereka.

Seluruh kegiatan layanan di atas dilakukan di kantor bank, sehingga layanan perbankan di kantor secara langsung memiliki beberapa kelemahan seperti berikut :

1. Waktu yang lama: Layanan perbankan secara langsung sering kali membutuhkan waktu yang cukup lama, terutama saat harus mengantri untuk mendapatkan layanan dari teller atau petugas bank lainnya. Hal ini dapat menyebabkan pemborosan waktu bagi nasabah yang sibuk.

2. Keterbatasan jam operasional: Layanan perbankan secara langsung biasanya memiliki jam operasional terbatas disesuaikan dengan jam kerja karyawan. Contohnya bank hanya buka pada hari kerja dan jam kantor, sehingga hal ini dapat menyulitkan nasabah yang tidak memiliki waktu luang di luar jam tersebut.
3. Masalah keamanan: Layanan perbankan secara langsung cenderung lebih rentan terhadap tindakan kejahatan, seperti pencurian identitas atau pencurian data pribadi nasabah. Selain itu, risiko kehilangan uang fisik juga lebih tinggi karena nasabah harus membawa uang tunai dalam transaksi mereka.
4. Biaya tambahan: Beberapa bank menerapkan biaya tambahan seperti biaya administrasi, biaya transfer, biaya *printout* rekening dan sebagainya. Hal ini dapat meningkatkan biaya yang harus dibayarkan oleh nasabah.
5. Keterbatasan lokasi: Layanan perbankan secara langsung hanya bisa diakses di lokasi fisik bank, sehingga nasabah perlu datang langsung ke bank untuk mendapatkan semua layanan yang mereka butuhkan. Hal ini dapat menjadi masalah jika seseorang tinggal di daerah terpencil atau sulit dijangkau oleh cabang bank.
6. Kurangnya fleksibilitas: Layanan perbankan secara langsung sering kali kurang fleksibel dalam hal waktu dan tempat, sehingga sulit untuk mengatur keuangan secara efisien. Misalnya, nasabah harus datang ke bank untuk mengganti kartu kredit yang hilang atau melaporkan kehilangan kartu debit, yang mungkin sulit dilakukan jika nasabah berada jauh dari bank.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi telah memungkinkan munculnya alternatif digital, seperti layanan perbankan online dan perbankan mobile, yang lebih mengatasi beberapa kelemahan dari layanan perbankan secara langsung.

2.1.4.1 Digitalisasi Perbankan

Digitalisasi perbankan merupakan layanan perbankan digital yang mengacu pada tindakan layanan yang menggunakan sistem digital atau platform elektronik, yang bisa di akses/dimiliki oleh bank, calon nasabah, dan nasabah itu sendiri, sehingga semua proses dalam perbankan digital dilakukan secara mandiri dan otomatis.

Dalam memberikan layanan perbankan harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih untuk memberikan kemudahan yang diharapkan oleh konsumen dari layanan perbankan, sehingga konsumen tidak akan meninggalkan atau beralih ke lembaga keuangan yang lain.

2.1.4.2 Pengertian Digitalisasi

Digitalisasi adalah bentuk proses perubahan dari penggunaan analog ke teknologi digital. Perkembangan digitalisasi tidak lepas dari alat atau perangkat pendukung seperti internet dan komputer. Digitalisasi merupakan proses alih media dari bentuk audio, tercetak, maupun video menjadi bentuk digital.

Menurut Marilyn Deegan dalam Mustofa (2018:63) menyebutkan bahwa digitalisasi adalah suatu proses mengonversi semua penyajian dalam bentuk dokumen cetak atau lainnya ke penyajian digital.

2.1.4.3 Digitalisasi Layanan Konsumen Perbankan

Digitalisasi layanan perbankan adalah proses mengubah layanan perbankan tradisional menjadi proses layanan yang lebih efisien yaitu layanan yang mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk menyediakan layanan perbankan kepada konsumen secara online. Digitalisasi layanan perbankan merupakan penggunaan platform digital yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai jenis transaksi, seperti mengakses informasi rekening, transfer uang, pembelian secara online, pembayaran tagihan dengan cepat dan mudah. Dalam teori adopsi teknologi menyatakan bahwa digitalisasi merupakan proses di mana individu atau organisasi mengadopsi suatu teknologi baru, dalam hal ini, digitalisasi layanan perbankan melibatkan nasabah yang mengadopsi perangkat lunak, aplikasi, atau platform digital untuk melakukan transaksi perbankan mereka.

Digitalisasi layanan perbankan memiliki banyak manfaat yang signifikan, baik bagi perusahaan maupun konsumen. Dalam konteks ini, konsumen menjadi salah satu pihak yang paling terpengaruh dan diuntungkan oleh manfaat dari adopsi digitalisasi dalam layanan perbankan, seperti efisiensi waktu, kenyamanan, tingkat akurasi yang tinggi, kemudahan, keamanan/*security*, dan keandalan/*reliability* yaitu sebagai berikut :

1. Efisiensi waktu

Dengan digitalisasi, konsumen dapat mengakses layanan perbankan kapanpun dan dimanapun tanpa terbatas dengan jam kerja. Ini menghemat waktu konsumen karena tidak perlu datang ke kantor bank untuk mengurus

keperluan perbankannya. Selain itu konsumen dapat melakukan transaksi secara langsung dan instan melalui internet banking atau yang disebut dengan mobile banking. Hal ini mengurangi waktu yang biasanya dibutuhkan untuk memproses transaksi secara manual di dalam bank, serta menghemat antrian karena konsumen tidak perlu mengantri di bank untuk mendapatkan layanan sehingga mengurangi waktu yang biasa dihabiskan dalam menunggu antrian.

Menurut Erik Ramadan (2022:12) efisiensi waktu merupakan tingkat kehematan waktu mulai saat pelaksanaan suatu proses hingga selesai saat pelaksanaan hingga kapan proyek itu selesai.

2. Kenyamanan

Konsumen dapat melakukan transaksi atau mendapatkan layanan perbankan tanpa harus datang langsung ke bank, ini memberikan kenyamanan bagi konsumen yang sibuk atau memiliki tempat tinggal jauh dari kantor bank. Kemudian dapat mengakses layanan perbankan kapanpun sesuai jadwal yang mereka inginkan termasuk diluar jam kerja, ini memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi konsumen yang memiliki jadwal yang padat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa kenyamanan berasal dari kata dasar yaitu nyaman yang berarti sehat;segar sedangkan kenyamanan adalah suatu keadaan yang nyaman;kesejukan.

3. Tingkat Akurasi Tinggi

Dalam layanan perbankan digital umumnya dilengkapi dengan mekanisme keamanan seperti penggunaan username dan password, serta prosedur

otentikasi dua faktor. Hal ini membantu memastikan keaslian dan keamanan nasabah dalam mengakses layanan perbankan.

4. Kemudahan

Aplikasi dan platform layanan perbankan digital dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mengoperasikannya, bahkan bagi mereka yang tidak terlalu mahir dalam penggunaan teknologi. Layanan perbankan digital biasanya mencakup berbagai jenis transaksi, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, atau investasi online. Hal ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk memenuhi kebutuhan perbankan mereka dengan mudah dan cepat.

Menurut Fitriati Firdaus (2022:220) menjelaskan dimana kemudahan penggunaan ditandai dengan adanya interaksi dan intensitas antar pengguna dengan sistem yang digunakan, sehingga sistem akan sering dipakai dan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah digunakan atau dioperasikan oleh penggunanya.

5. Keamanan/*Security*

Digitalisasi layanan perbankan memperhatikan masalah keamanan sehingga nasabah dapat merasa aman dalam melakukan transaksi secara online. Pada bank umumnya menerapkan teknologi keamanan canggih seperti *Secure Sockets Layer* (SSL) atau enkripsi data untuk melindungi informasi pribadi nasabah seperti nomor rekening, password, dan data lainnya agar tidak jatuh ke tangan yang salah. Selain itu, layanan perbankan digital juga memanfaatkan teknologi otentikasi ganda, seperti SMS OTP (*One-Time Password*) atau verifikasi sidik jari pada ponsel pintar, untuk memberikan

lapisan keamanan tambahan. Dengan keamanan ini, nasabah dapat merasa lebih percaya dan aman dalam menggunakan layanan perbankan digital.

Rahardjo (2005) dalam Edy Junaedi (2023:23) Menyampaikan bahwa keamanan informasi adalah bagaimana cara mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan dalam sebuah sistem, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.

6. Keandalan/*Reliability*

Digitalisasi layanan perbankan menyediakan pengalaman yang lebih, efisien, nyaman, akurat, mudah, dan aman sehingga dapat bermanfaat untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan.

Kapur & Pecht, 2014 dalam Heri Tri Irawan (2023:24) Keandalan merupakan kemampuan komponen atau suatu sistem untuk memenuhi fungsi yang sedang dibutuhkan dalam suatu kondisi tertentu selama periode waktu tertentu.

2.1.5 Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses mental seseorang dalam menerima, memahami, dan memberi arti terhadap informasi dari lingkungannya lewat aktivitas pengindra. Persepsi dipengaruhi oleh pengalaman, emosi, pengetahuan, serta harapan seseorang, sehingga setiap orang dapat mempresepsikan suatu hal yang sama dengan cara yang berbeda. Persepsi dapat mempengaruhi sikap, perilaku, dan tindakan seseorang terhadap suatu objek atau situasi.

Menurut Joanes J. (2014:1) persepsi didefinisikan sebagai elemen yang sangat penting dalam suatu proses berfikir, ini disebabkan karena persepsi

memiliki peran dalam menyediakan dan membuka skrin pemikiran pada peringkat awal.

Yoedo Shambodo (2020:103) Persepsi adalah hasil dari proses dalam menyeleksi stimuli melalui panca indera, dan mengolah stimuli tersebut lalu menginterpretasikannya menjadi satu informasi serta memberikan penilaian atas faktor yang terkait dengan suatu obyek.

Beberapa jenis umum persepsi dalam bidang psikologi antara lain:

1. Persepsi visual: Proses pengenalan objek, bentuk, warna, dan gerakan melalui indera penglihatan.
2. Persepsi auditori: Proses pengenalan suara dan bunyi melalui indera pendengaran.
3. Persepsi olfaktori: Proses pengenalan aroma dan bau melalui indera penciuman.
4. Persepsi gustatori: Proses pengenalan rasa melalui indera pengecap.
5. Persepsi taktil: Proses pengenalan sentuhan dan tekanan melalui indera pengecap.

2.2 Penelitian Terdahulu

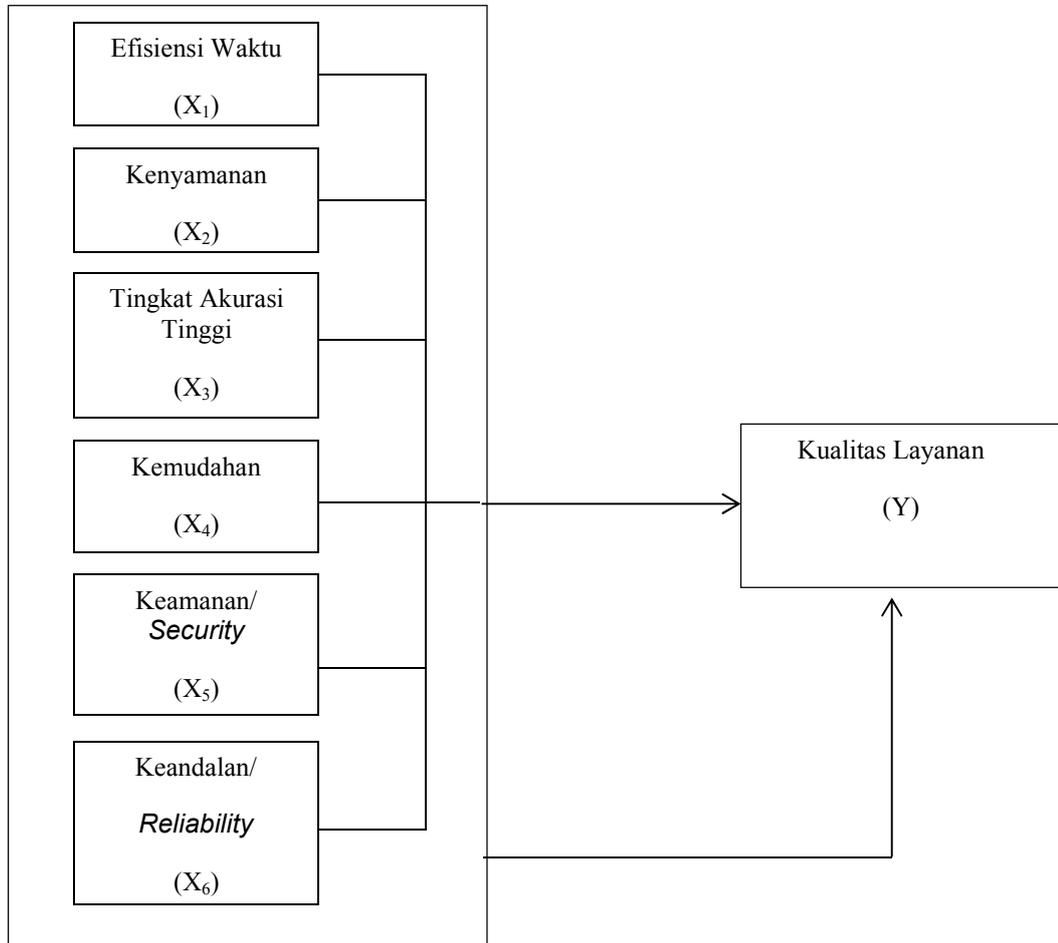
Tujuan dari menampilkan penelitian terdahulu yaitu sebagai bahan untuk perbandingan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti saat ini dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Berikut beberapa hasil penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti lain yang hasil penelitiannya memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dian Anggraeni dan Willy Arafah (2023)	Pengaruh Kualitas Digitalisasi Layanan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Retention Intention</i> pada Platform Digital Banking	a. Jenis penelitian : Kuantitatif b. Analisis Data : Regresi berganda	Kualitas digitalisasi layanan <i>customer satisfaction</i> dan <i>customer retention intention</i> tidak berpengaruh pad platform digital banking
2.	Rosa Indah (2023)	Perubahan Bank Di Indonesia Dari Bank Konvensional Menjadi Bank Digitalisasi Di Era Evaluasi Industri 4.0	a. Jenis penelitian : Kualitatif b. Analisis Data : Deskriptif kualitatif	Bank digital memungkinkan nasabah untuk mengakses segala kebutuhan finansial melalui media elektronik tanpa harus mengunjungi kantor fisik
3.	Faisal Siwi (2021)	Dampak Peranan Sistem Digitalisasi Terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia	a. Jenis penelitian : Kuantitatif b. Analisis data : Uji normalitas dan uji beda <i>t-test</i>	Sistem digitalisasi berpengaruh terhadap kinerja perbankan Indonesia
4.	Adithya Nugraha(2021)	Dampak Penerapan Sistem Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan Perbankan	a. Jenis penelitian : Kuantitatif b. Analisis Data : Uji deskriptip, uji Normalitas, dan Uji hipotesis	Dampak penerapan sistem digitalisasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan.

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Menurut Rogers (1966) hipotesis merupakan dugaan tentatif tunggal berguna untuk menyusun eksperimen dan teori untuk di uji kembali.

Hipotesis adalah dugaan sementara yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Adapun hipotesis yang dirumuskan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_0 : Efisiensi waktu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
 H_1 : Efisiensi waktu berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
2. H_0 : Kenyamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
 H_2 : Kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
3. H_0 : Tingkat akurasi tinggi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
 H_3 : Tingkat akurasi tinggi berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
4. H_0 : Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
 H_4 : Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

5. H₀: Keamanan/*Security* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
H₅: Keamanan/*Security* berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
6. H₀: Keandalan/*Reliability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
H₆: Keandalan/*Reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
7. H₀: Efisiensi waktu, kenyamanan, tingkat akurasi tinggi, kemudahan, keamanan/*security*, dan Keandalan/*reliability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.
H₇: Efisiensi waktu, kenyamanan, tingkat akurasi tinggi, kemudahan, keamanan/*security*, dan Keandalan/*reliability* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Menurut Wikipedia metode kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatempiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Karya, Cabang Gatot Subroto Medan Jl. Karya No. 163 C, Lingkungan XI, Karang Berombak, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu proses selama penelitian mulai dari pengajuan judul hingga sampai meja hijau yaitu dari Oktober 2023 sampai dengan April 2024.

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

Sugiyono (1997) dikutip dalam buku statistik dasar (2014:4) menuliskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi, terdiri dari obyek atau subyek yang akan menjadi karakteristik dan kuantitas tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan setelahnya akan ditarik kesimpulannya. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Karya Medan.

Djarwanto, 1994 dalam buku pengantar statistika (2020:82) dituliskan populasi merupakan jumlah dari keseluruhan suatu satuan atau individu yang karakteristiknya hendak akan diteliti, dan satuan-satuan tersebut disebut unit analisis, dapat berupa orang-orang, institusi-institusi, ataupun bendabenda. Teknik dalam pengambilan sampel ini menggunakan non-probability sampling yaitu tidak semua anggota populasi mendapat kesempatan yang sama sebagai komponen populasi agar dipilih sebagai sampel.

Jumlah populasi sebanyak kurang lebih 10.000 nasabah, dengan jumlah populasi yang tidak homogen maka teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability yaitu quota sampling, yaitu dalam menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sampai kuota (jumlah) yang ditentukan. Target sampel yang di tentukan sebanyak 150 sampel.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan prosedurnya jenis data yang diperlukan atau dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama yang dilakukan dengan cara menyebarkan angket kepada responden.

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain sebelumnya dan dapat digunakan peneliti untuk analisis dan interpretasi dalam penelitian ini, dikumpulkan dengan cara studi literatur.

3.5 Definisi Operasional

Menurut Tritjahjo (2019: 31), definisi operasional, variabel merupakan obyek yang ada dalam diri subjek yang berupa data yang dikumpulkan dan menggambarkan kondisi atau nilai masing-masing dari subjek penelitian.

Adapun variable beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Kualitas Layanan (Y)	Kualitas layanan dapat diartikan fokus memenuhi kebutuhan dan ketepatan waktu dalam memenuhi keinginan konsumen	Kualitas layanan yang didapatkan konsumen	<i>Likert</i>
2.	Efisiensi waktu (X ₁)	Dapat mengakses layanan perbankan dalam waktu singkat, cepat dan tepat.	Kecepatan waktu dalam melakukan transaksi	<i>Likert</i>
3.	Kenyamanan (X ₂)	Melakukan transaksi tanpa banyak gangguan ditempat yang dikehendaki konsumen	Dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja	<i>Likert</i>
4.	Tingkat akurasi tinggi (X ₃)	Meminimalkan tingkat kesalahan transaksi konsumen.	Kesesuaian data dan transaksi yang diharapkan.	<i>Likert</i>
5.	Kemudahan (X ₄)	Penggunaan perangkat digital tidak rumit atau mudah dipergunakan	1. Kemudahan konsumen dalam download aplikasi 2. Kemudahan prosedur bertransaksi	<i>Likert</i>

			3. Kemudahan dalam pengecekan keperluan.	
6.	Keamanan/ <i>Security</i> (X_5)	Keterjaminan bertransaksi dan data konsumen.	1. Data pribadi terjaga atau tidak tersebar 2. Data transaksi konsumen aman terlindungi 3. Informasi terkait data konsumen tidak akan disalahgunakan oleh pihak manapun.	<i>Likert</i>
7.	Keandalan/ <i>Reliability</i> (X_6)	Kesesuaian layanan perbankan dengan yang ditawarkan.	Tersedia layanan digital perbankan hasil layanan yang diperoleh sesuai dengan yang dijanjikan	<i>Likert</i>

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert sebagai alat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala social. Dengan menggunakan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator variabel dijadikan sebagai pedoman dasar membuat pernyataan dan pertanyaan. Skala likert menggunakan poin sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Pengukuran

No.	PENILAIAN	KODE	SKOR
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Kurang setuju	KS	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat Setuju	SS	5

3.7 Analisis Data

Hasil angket tersebut akan diolah dengan menggunakan SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 26.

3.7.1 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen merupakan suatu uji atau alat ukur untuk mengukur sesuatu dengan hasil yang konsisten yang sangat penting digunakan dalam sebuah penelitian. Uji instrumen penelitian memiliki peran penting dalam penelitian kuantitatif, karena kualitas data ditentukan oleh kualitas instrumen yang digunakan dengan maksud untuk mengetahui keadaan variabel penelitian yang sedang diteliti. Pengujian instrumen mempunyai dua dimensi yaitu validitas data dan reliabilitas data, instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu koefisien dalam penelitian. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid atau gugur perlu di konsultasi dengan tabel r. kriteria penilaian uji validitas adalah:

- a) Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 0,05 (5%)), maka dapat dikatakan item koefisien valid.

- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 0,05 (5%), maka dapat dikatakan item koesioner tidak valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil walaupun dilaksanan di waktu yang berbeda.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010) dikatakan bahwa reliabilitas adalah suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk dipergunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah tepat dan baik.

Berikut kriteria pengujian reabilitas:

- a) Jika koefien reabilitas (*Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ maka koesioner atau angket dianggap reliabel atau terpercaya.
- b) Jika koefisien reabilitas (*Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka koesioner atau angket dianggap tidak reliabel atau tidak terpercaya.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik bertujua untuk menguji apakah model regresi tersebut baik atau tidak. Uji asumsi klasik yang dimaksud yaitu untuk memastikan model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak. Pengajuan asumsi yang harus dipenuhi agar persamaan regresi dapat digunakan dengan baik antara lain Uji Normalitas, Uji Multi Kolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal dengan tujuan apakah jumlah sampel yang diambil tersebut sudah *representative* atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Pada penelitian ini memanfaatkan normal *P-P Plot of regression standardized residual* ataupun grafik plot dan uji non statistik Kolmogorov Smirnov. Kriteria uji normalitas yaitu:

- a) Bila nilai asymp, sig (2-tailed) melebihi nilai signifikan 5% maka variabel residual berdistribusi normal, atau data berdistribusi normal jika nilai sig (signifikan) $> 0,05$.
- b) Data dinyatakan tidak normal jika nilai sig (signifikan) $< 0,05$.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi diantara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas ini adalah dengan menggunakan metode *tolerance* dan *variance inflation (VIF)*. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas yaitu, melihat nilai *tolerance*:

- a) Jika nilai *tolerance* lebih besar $> 0,10$ maka dapat disimpulkan terjadi multikolinearitas.
- b) Jika nilai $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apakah asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka akan berakibat pada sebuah keraguan atau ketidakarutan pada suatu hasil analisis regresi yang dilakukan. Suatu model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola citra model *Scatterplot*.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Jika titik-titik menyebar secara merata, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika titik-titik menumpuk pada satu tempat, maka telah terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis data regresi berganda yaitu untuk menganalisis hubungan antara independen dan variabel dependen, dimana variabel dependen merupakan variabel yang ingin diprediksi atau dijelaskan, sedangkan variabel independen

merupakan variabel yang digunakan untuk memprediksi atau menjelaskan variabel dependen.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan

Y : Kualitas Layanan

a : Konstanta

X₁ : Efisiensi waktu

X₂ : Kenyamanan

X₃ : Tingkat akurasi tinggi

X₄ : Kemudahan

X₅ : Keamanan/*Security*

X₆ : Keandalan/*Reliability*

β_1 : Koefisien regresi variabel efisiensi waktu

β_2 : Koefisien regresi variabel kenyamanan

β_3 : Koefisien regresi variabel tingkat akurasi tinggi

β_4 : Koefisien regresi variabel kemudahan

β_5 : Koefisien regresi variabel keamanan/*security*

β_6 : Koefisien regresi variabel Keandalan/*Reliability*

e : Error

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t ini dilakukan untuk pengujian yang berguna mengetahui signifikan tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kriteria keputusan adalah untuk menguji adanya hubungan antara variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y), maka pengujian dilakukan terhadap hipotesis. Pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji t didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig. $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig. $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Efisiensi Waktu

- a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Artinya : Efisiensi waktu berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

Artinya : Efisiensi waktu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

2. Kenyamanan

- a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Artinya : Kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

Artinya : Kenyamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

3. Tingkat akurasi tinggi

- a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Artinya : Tingkat akurasi tinggi berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

Artinya : Tingkat akurasi tinggi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

4. Kemudahan

- a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Artinya : Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

Artinya : Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

5. Keamanan/*security*

- a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

Artinya : Keamanan/*security* berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

Artinya : Keamanan/*security* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

6. Keandalan/*Reliability*

a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, dengan nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Artinya : Keandalan/*Reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak. Artinya : Keandalan/*Reliability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi kualitas layanan konsumen bank BRI Unit Karya.

3.7.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel secara keseluruhan terhadap variabel dependen dan dilakukan untuk mengetahui pengaruh tersebut secara signifikan. Pengambilan keputusan pada uji F didasarkan oleh :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis diterima.

Artinya Efisiensi waktu (X_1), Kenyamanan (X_2), Tingkat akurasi tinggi (X_3), Kemudahan (X_4), Keamanan/*Security* (X_5), dan Keandalan/*Reliability* (X_6) secara simultan berpengaruh terhadap kualitas layanan (Y).

2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka hipotesis diterima.

Artinya Efisiensi waktu (X_1), Kenyamanan (X_2), Tingkat akurasi tinggi (X_3), Kemudahan (X_4), Keamanan/*Security* (X_5), dan Keandalan/*Reliability* (X_6) secara simultan tidak berpengaruh terhadap kualitas layanan (Y).

3.7.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) merupakan alat ukur untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisar adalah 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Sebaliknya jika R^2 semakin kecil (mendekati 0), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen makin kecil.

