

**PENGARUH *ACCESSIBILITY* DAN *COMPETENCE*
TERHADAP *DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE*
PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**SRIWULANDARI
NIM.20 401 00087**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH *ACCESSIBILITY* DAN *COMPETENCE*
TERHADAP *DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE*
PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

SRIWULANDARI
NIM.20 401 00087

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**PENGARUH *ACCESSIBILITY* DAN *COMPETENCE*
TERHADAP *DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE*
PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

SRIWULANDARI
NIM.20 401 00087

PEMBIMBING I

A black ink signature, appearing to be 'Rukiah', written in a cursive style.

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIP. 19760324200642002

PEMBIMBING II

A blue ink signature, appearing to be 'Ananda Anugrah Nasution', written in a cursive style.

Ananda Anugrah Nasution, M.Si
NIP. 199110172020121008

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

Hal : Skripsi
a.n. Sriwulandari

Padangsidimpuan, 26 September 2024
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

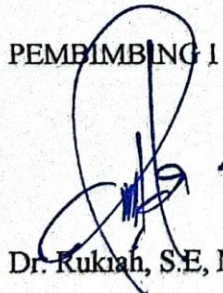
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. SRIWULANDARI yang berjudul **"Pengaruh accessibility dan Competence terhadap Digital Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PEMBIMBING I


Dr. Rukiah, S.E, M.Si
NIP.19760324200642002

PEMBIMBING II


Ananda Anugrah Nasution, M,Si
NIP.199110172020121008

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sriwulandari
Nim : 2040100087
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Accessibility dan Competence terhadap Digital Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 26 September 2024

Saya yang Menyatakan



SRIWULANDARI

NIM. 2040100087

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SRIWULANDARI
Nim : 2040100087
Program studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non Exclusive Royalti-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul “ **Pengaruh Accessibility dan Competence terhadap Digital Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia**” Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada Tanggal : 26 September 2024

Saya yang Menyatakan,



SRIWULANDARI

NIM. 2040100087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : SRIWULANDARI
NIM : 20 401 00087
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Accessibility* dan *Competence* terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia

Ketua

Azwar Hamid, M.A.
NIDN. 2111038601

Sekretaris

Indah Permatasari Siregar, M.Si M.
NIDN. 2024059302

Anggota

Azwar Hamid, M.A.
NIDN. 2111038601

Indah Permatasari Siregar, M.Si
NIDN. 2024059302

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM
NIDN. 2020077902

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, ME
NIDN. 2027029302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Ruang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Tanggal : Selasa, 15 Oktober 2024
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/71 (B)
Indeks Prediksi Kumulatif : 3,80



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh *Accessibilty* dan *Competence* terhadap
Digital Customer Experience pada Nasabah Bank
Syariah Indonesia
NAMA : Sriwulandari
NIM : 20 401 00087

Telah dapat diterima untuk
memenuhi syarat dalam
memperoleh gelar **Sarjana**
Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 06 November 2024
Dekan




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : SRIWULANDARI

Nim : 2040100087

**Judul Skripsi : Pengaruh Accessibility dan Comptence terhadap Digital
: Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia.**

Adanya akses digital yang diberikan Bank Syariah Indonesia bisa mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Namun, pada kenyataannya ada beberapa permasalahan dalam akses digital yang membuat kurangnya minat nasabah dalam mengakses layanan digital tersebut. Seperti user interface yang kurang intuitif, keterbatasan fitur, Selain itu keamanan yang diragukan oleh sebagian pengguna, Selanjutnya koneksi tergantung pada jaringan internet. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Accessibility* dan *Competence* terhadap *Digital Customer Experience* pada nasabah Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari responden melalui kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI. Sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan rumus lameshow. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan penggunaan aplikasi Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Accessibility* berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,612 karena memiliki T-statistik yang lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 7,466 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Dan variabel *competence* berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,359 karena memiliki T-statistik yang lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 4,163 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Implikasi teoritis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aksesibilitas yang mudah diakses cenderung meningkatkan pengalaman nasabah dan kompetensi yang dimiliki oleh kedua pihak baik pihak nasabah maupun pihak Bank Syariah Indonesia akan meningkatkan pengalaman bagi nasabah. Sedangkan implikasi praktis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti variabel yang sama agar menjadi acuan di waktu yang akan datang.

Kata Kunci: Accessibility, Competence, Digital Customer Experience

ABSTRACT

Name : SRIWULANDARI

Reg. Number : 2040100087

**Title : The Influence of Accessibility and Competence on Digital
:Customer Experience for Bank Syariah Indonesia Customers**

The existence of digital access provided by Bank Syariah Indonesia can make it easier for customers to make transactions. However, in reality there are several problems in digital access that make customers less interested in accessing these digital services. Such as restrictions on mutation information, frequent errors in the BSI mobile application, and not being able to transfer very large amounts at once. This study aims to analyze the effect of Accessibility and Competence on Digital Customer Experience on Bank Syariah Indonesia customers. This study uses primary data obtained from respondents through questionnaires. The population of this study was all BSI customers. The sample in this study was 97 respondents who were taken using purposive sampling techniques and using the lameshow formula. The data in this study were analyzed using Partial Least Square (PLS) with the use of the Smart PLS 3.0 application. The results of this study indicate that the Accessibility variable has a positive and significant effect, with a path coefficient value of 0.612 because it has a T-statistic that is greater than 1.96, which is 7.466 with a significance of less than 0.05, which is 0.000. And the competence variable has a positive and significant effect, with a path coefficient value of 0.359 because it has a T-statistic greater than 1.96, which is 4.163 with a significance of less than 0.05, which is 0.000. The theoretical implications in this study indicate that easily accessible accessibility tends to improve customer experience and the competence possessed by both parties, both customers and Bank Syariah Indonesia, will improve the experience for customers. While the practical implications in this study indicate that this study can be used as input for further research that wants to examine the same variables to be a reference in the future.

Keywords: Accessibility, Competence, Digital Customer Experience

خلاصة

الاسم: سريوولانداري

الرقم التعريفي: ٢٠٤٠١٠٠٠٨٧

العنوان: تأثير إمكانية الوصول والكفاءة على تجربة العملاء الرقمية لعملاء البنوك الشرعية الإندونيسية

بنك الشريعة الإندونيسية أجهزة الصراف الآلي، يمكن للعملاء إجراء المعاملات مع تطبيق الهاتف المحمول بسهولة أكبر. ومع ذلك، في الواقع هناك العديد من المشاكل في التطبيق وأجهزة الصراف الآلي والتي تسبب عدم اهتمام العملاء بالوصول إلى هذه الخدمات الرقمية. على سبيل المثال، القيود المفروضة على الطفرات ١٠ معاملات، عندما تواجه المعاملات غالباً أخطاء في التطبيق، ولا يمكنها التي لا يمكن رؤيتها إلا آخر تحويل مبالغ كبيرة جداً مرة واحدة. يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير إمكانية الوصول والكفاءة على تجربة يستخدم هذا البحث البيانات الأولية التي تم الحصول عليها. بنك الشريعة الإندونيسية العملاء الرقمية لعملاء كانت. بنك الشريعة الإندونيسية من المشاركين من خلال الاستبيانات. مجتمع هذا البحث هو جميع عملاء عرض العينة في هذه الدراسة ٩٧ مستجيباً تم أخذها باستخدام تقنيات أخذ العينات الهادفة وباستخدام صيغة باستخدام (الثابتة والمتنقلة) تم تحليل البيانات في هذه الدراسة باستخدام المربع الأصغر الجزئي. الليمون تظهر نتائج هذا البحث أن متغير إمكانية الوصول له تأثير إيجابي وكبير ٣.٠ الثابتة والمتنقلة الذكية تطبيق بنك على تجربة العملاء الرقمية. ولمتغير الكفاءة تأثير إيجابي وهام على تجربة العملاء الرقمية لعملاء أظهرت نتائج هذا البحث أن لمتغير إمكانية الوصول تأثيراً إيجابياً ومعنوياً، حيث بلغت الشريعة الإندونيسية ، ودلالة أقل من ٠.٠٥ أي أكبر من ٦٩١ أي ٦٦٤٧ لأنه يحتوي على إحصائية قيمة معامل المسار ٠.٦١٢ ، ٣.٠ لأنه يحتوي على إحصائية ٠.٠٠٠. ولمتغير الكفاءة تأثير موجب ومعنوي حيث بلغت قيمة معامل المسار أكبر من ٦٩١ أي ٣٦١٤ ودلالة أقل من ٠.٠٥ أي ٠.٠٠٠. تظهر الآثار النظرية في هذا البحث أن سهولة ٩٥ الشريعة الوصول تميل إلى تحسين تجربة العملاء والكفاءة التي يمتلكها كلا الطرفين، العميل وبنك الإندونيسية، ستحسن تجربة العملاء. وفي الوقت نفسه، تبين الدلالات العملية في هذا البحث أنه يمكن استخدام هذا البحث كمدخل لأبحاث أخرى ترغب في دراسة نفس المتغيرات حتى تصبح مرجعاً في المستقبل.

الكلمات المفتاحية: إمكانية الوصول، الكفاءة، تجربة العملاء الرقمية

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji dan stykur bagi Allah SWT pencipta alam semesta. Peneliti panjatkan kehadiran-Nya, karena atas rahmat dan karuniaNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurah pada Rasulullah Muhammas SAW, beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang senantiasa istiqomah untuk mencari ridhoNya hingga akhir zaman.

Skripsi ini berjudul: "**Pengaruh Accessibility dan Competence terhadap Digital Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia**", sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Tidak terlepas dari berkat bantuan dan motivasi yang tidak ternilai dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat peneliti selesaikan. peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, MA., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum

Perencanaan dan Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Dr. Rukiah S.E, M.Si, selaku pembimbing I dan Bapak Ananda Anugrah Nasution, M.Si selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan serta petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam upaya penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan dan seluruh pegawai Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah membantu peneliti dalam mengadakan buku-buku penunjang untuk menyelesaikan Skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen, Staf dan Pegawai, serta seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan dukungan moral kepada peneliti selama masa perkuliahan.

7. Terimakasih kepada bapak/ibu serta Mahasiswa/i selaku Nasabah Bank Syariah Indonesia yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian ini.
8. Teristimewa kepada alhmarhum Ayahanda Muslim yang telah jauh disana. Semua ini peneliti lakukan buat ayah disana. Dan yang teristimewa kepada Ayahanda Ngadimin yang senantiasa menjadi pengganti peran ayah dalam hidup peneliti, yang selalu memberikan nasihat, semangat serta motivasi tiada henti hingga peneliti dapat menyelesaikannya sejauh ini.
9. Terimakasih kepada ibunda Mursini yang telah melahirkan peneliti kedunia ini. Dan terimakasih kepada ibunda Muriyah yang telah merawat peneliti dari kecil hingga sekarang. Terimakasih atas doa dan dukungannya.
10. Terima kasih kepada Saudara kandung peneliti yang pertama Saidina, yang kedua Muslim, dan yang ketiga Ferdi Hasan. Terima kasih telah menjadi bagian hidup peneliti
11. Terimakasih kepada saudara angkat peneliti yang pertama Murni, yang kedua Susanto, yang ketiga Ngadini, yang keempat Budianto dan yang kelima Irwan Syahputra. Terimakasih telah memberikan kasih sayang nya kepada peneliti dan telah memberikan pelajaran hidup yang berharga.
12. Terimakasih kepada sahabat Peneliti yaitu Jussanti Sitompul dan Seftia Fadillah Siregar yang selalu memberikan support terbaik kepada peneliti.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi peneliti

dan umumnya bagi para pembacanya serta dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan kualitas pendidikan. Aamiin Ya Robbal Alamin

Wassalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

Padangsidimpuan, 2024
Peneliti

Sriwulandari
Nim. 2040100087

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem Konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf arab	Nama huruf latin	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣ _a	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	Ẓ _{al}	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 dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

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

B. Vokal

Vokal Bahasa Arab seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau Monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
— —	Kasrah	I	I
ـَ	dom mah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وْ	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا.....ى..	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ى..	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...وُ	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasinya untuk ta marbutah ada dua yaitu:

- a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu

ﻻ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara katasandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keredmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber : Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II	
A. Landasan Teori.....	14
1. Accessibility	15
2. Competence	21
3. Digital Customer Experience	30
4. Hubungan Accessibility terhadap Digital Customer Experience	34
5. Hubungan Competence terhadap Digital Customer Experience.....	35
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berfikir.....	40
D. Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	43
B. Jenis Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel	43

1. Populasi.....	43
2. Sampel.....	44
D. Sumber Data.....	45
E. Instrument Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV	
A. Deskripsi Data.....	56
B. Deskripsi Data Penelitian.....	71
C. Analisis Deskriptif	77
D. Interpretasi Hasil PLS	91
E. Pembahasan Hasil Penelitian	97
BAB V	
A. Kesimpulan	98
B. Implikasi Hasil Penelitian	99
C. Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	9
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel III.1 Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Angket	46
Tabel III.2 Kisi-kisi Angket	47
Tabel IV.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel IV.3 Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Digital Customer Experience.....	74
Tabel IV.4 Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Accessibility.....	76
Tabel IV.5 Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Competence	77
Tabel IV.6 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	79
Tabel IV.7 Hasil Outer Loading.....	82
Tabel IV.8 Hasil Uji Discriminant Validity	83
Tabel IV.9 Hasil Average Validity Extracted (AVE)	85
Tabel IV.10 Hasil Uji Composite Reliability	86
Tabel IV.11 Hasil R-Square dan R-Square Adjusted.....	87
Tabel IV.12 Hasil F-Square	87
Tabel IV.13 Hasil Q-Square.....	88
Tabel IV.14 Hasil Uji Path Coefisien	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 Hasil Pra Riset Wawancara dengan Nasabah	4
Gambar II.1 Kerangka Berfikir	39
Gambar IV.1 Struktur Organisasi BSI KC Padangsidempuan	61
Gambar IV.2 Hasil Desain Model dan Input Data	81
Gambar IV.3 Hasil Average Validity Extracted (AVE)	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang merupakan perantara (*aranger/intermediary*) antara masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*), dengan masyarakat yang kekurangan dana (*deficit*). Dalam usahanya yaitu menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat yang kelebihan dana (*surplus*) kemudian menyalurkannya pembiayaan (*financing*) kepada masyarakat yang kekurangan dana (*deficit*).¹

Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan, merupakan Salah satu Bank Syariah Indonesia yang beroperasi di wilayah Padangsidimpuan, Sumatera utara yang terletak di Jl. Sudirman No. 130 A, Wek 1, Padangsidimpuan utara. Kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) ini melayani nasabahnya untuk membuat rekening baru, setor tunai, penarikan dana simpanan, cek saldo, pengajuan pinjaman/kredit dan layanan, ATM BSI pada produk Bank Syariah Indonesia lainnya.²

Di era informasi mudah diakses, sekarang nasabah aktif mencari pengetahuan tentang sebuah produk bisa melalui media sosial atau rekomendasi secara online. Hal ini menjadikan tentunya perusahaan harus memperkuat saluran informasi digital seperti akun media sosial, website dan aplikasi milik perusahaan agar mudah diakses oleh nasabah. Selain itu,

¹ Nofinawati, *Perbankan Syariah*, edisi pertama (Jakarta: Parenadamedia Group, 2020), hlm.8.

²https://idalamat.com/alamat/401834/bank-syariah-indonesia-kc-padangsidimpuan-padangsidimpuan-sumatera-utara#google_vignette diakses pada tahun 2024

pelanggan juga cukup mandiri mengelola sendiri mulai dari pembelian, pembayaran dan perbaikan layanan yang dipesan. Nasabah di era digital suka hal yang simpel dalam mendapatkan produk, merasa diperlakukan personal oleh produsen secara digital. Semua ini salah satunya bisa dijawab perusahaan dengan menyediakan aplikasi yang mudah diakses nasabah dimana semua kebutuhannya untuk mendapatkan layanan bisa terpenuhi. Perubahan perilaku pelanggan ini menjadikan *customer experience* dan *digital technology* yang mampu memberikan pelayanan yang cepat dan responsif sebagai kunci utama melayani pelanggan.³ dengan itu Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan digital yang disebut dengan BSI Mobile.

Customer experience merupakan suatu reaksi yang timbul karena adanya interaksi dan hubungan menggunakan produk serta adanya ikatan antara pelanggan dengan perusahaan maupun pelanggan dengan produk. Maka dari itu, perlu adanya tindakan konkret dari para marketer untuk fokus mempelajari perubahan perilaku konsumen setelah menggunakan sebuah produk. Ada empat dimensi *digital customer experience* yang akan menjadi tren ke depan, meliputi *digital touchpoint*, *quick response*, *automation* dan *personalization*. Di era new normal, *touchpoint* dengan menggunakan teknologi digital informasi akan membuat konsumen semakin tertarik dan terbantu dalam menemukan dan mendapatkan kebutuhannya. Pada dasarnya nasabah ingin selalu mendapatkan konsisten pengalaman dan kualitas pelayanan yang sama

³ Sri Tita Faulina Sri Rahayu, "Pengaruh Digital Customer Experience Dalam Menciptakan Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Di Era Digital," *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* volume 5 No 1 (2022): hlm. 2.

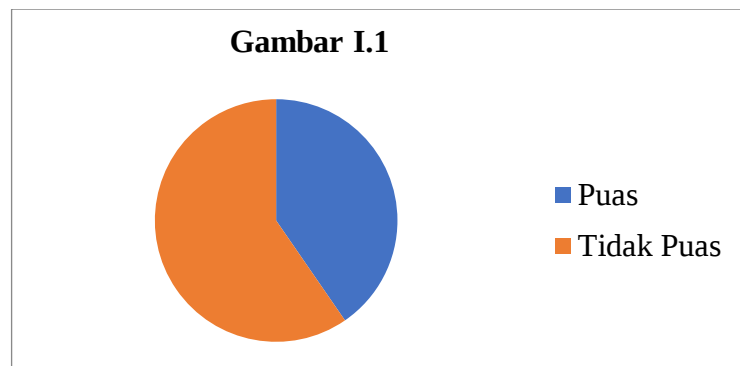
dari waktu ke waktu. Selanjutnya *quick response*, Hal ini tergantung dari masing-masing industri perbankan dan segmen yang dilayani. Dalam konteks digital kecepatan layanan umumnya rata-rata 7 detik sampai 5 menit. Selain dua dimensi di atas, *digital customer experience* yang baik, penting pula memperhatikan *automation*. Sebab proses *automation* dapat memberikan efek *surprise*, kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas. *Artificial intelligence* akan menjadi teknologi primadona ke depan karena kecepatan dan otomatisasi mengambil dan mengolah data menjadi informasi. Dimensi terakhir adalah *personalization*. Dalam konsep ini setiap orang dipandang sebagai pribadi yang unik sehingga perusahaan harus memandang konsumen secara personal ketika memberikan pelayanan⁴

Hasil wawancara dengan saudari Sri Wahyuni, salah satu karyawan dari Bank Syariah Indonesia Padangsidempuan yang bekerja pada bagian *Brand Operasional Manager Supervisor* menyatakan bahwa Pengalaman nasabah digital (*digital customer experience*) merupakan hal penting di dalam perkembangan Bank Syariah Indonesia, selain meningkatkan kualitas bank syariah juga dapat menciptakan kesan baik bagi nasabah yang bertransaksi pada bank syariah. Namun, tidak semua kalangan bisa mengakses layanan digital yang diberikan oleh perbankan syariah, seperti pada kalangan pedesaan atau orang-orang yang kurang dalam mengakses teknologi.⁵

⁴ Ibid, hlm. 3

⁵ Hasil wawancara dengan kak Sriwahyuni salah satu karyawan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan pada bagian Brand Operasional Manager Supervisor tanggal 11 Desember 2023 pukul 01.15 Pm

Adapun hasil pra riset dengan wawancara kepada nasabah bisa dilihat dari diagram berikut ini:



Sumber: data diolah sendiri, 2024

Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa nasabah yang merasa puas dengan layanan digital dari Bank Syariah Indonesia sebanyak 8 dari 22 nasabah yang jika dipresentasikan menjadi 36,3%, Sedangkan yang merasa tidak puas dengan layanan digital bank syariah sebanyak 14 dari 22 nasabah yang jika dipresentasikan menjadi 63,7%. Dengan beberapa alasan seperti user interface yang kurang intuitif, beberapa nasabah merasa bahwa antarmuka aplikasi masih kurang user friendly, sehingga tidak mudah digunakan bagi pengguna yang tidak terbiasa dengan teknologi. Kemudian keterbatasan fitur, beberapa nasabah merasa bahwa fitur-fitur yang ditawarkan masih kurang lengkap dan cakupannya kurang luas. Selain itu keamanan yang diragukan oleh sebagian pengguna, walaupun BSI Mobile mengklaim menerapkan sistem keamanan yang ketat beberapa nasabah masih khawatir tentang keamanan data pribadi dan transaksi mereka terutama setelah beberapa insiden pelanggaran keamanan di sektor perbankan. Selanjutnya koneksi tergantung pada jaringan

internet, aplikasi ini sangat bergantung pada kualitas koneksi internet, di beberapa wilayah dengan jaringan internet yang kurang stabil penggunaan BSI Mobile bisa menjadi lambat atau tidak responsif.⁶

Accessibility mengacu pada kemudahan untuk mengakses dan biaya minimal untuk menggunakan media sosial yang dapat membuat pengguna dengan akses online dapat memulai atau berpartisipasi dalam percakapan media sosial. Dapat diimplementasikan dengan pengguna yang mendapatkan respon atau layanan yang cepat dari *website* atau aplikasi yang di sediakan oleh bank tersebut. Selanjutnya adalah kenyamanan dalam mengakses, yaitu aplikasi mobile yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja tanpa ada batasan lokasi dan waktu.⁷

Sedangkan *competence* mengacu pada pengetahuan dasar seseorang tentang sistem, kejadian, atau fakta. Kompetensi dapat disebut juga dengan pemahaman seseorang terhadap suatu pembelajaran.⁸ *Competence* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemahaman nasabah dalam mengakses aplikasi digital bank syariah, pemahaman pegawai bank syariah dalam mengakses digital bank syariah.

Justifikasi dari *Accesibility* dan *competence* memainkan peran penting dalam digital customer experience. *Accesibility* memastikan bahwa *platform* atau layanan dapat diakses oleh semua orang, sehingga memperluas jangkauan

⁶ Hasil Observasi dan wawancara dengan beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia

⁷ Miranda Yuka, "Pengaruh Media Sosial Sebagai Media Berkomunikasi Cepat" (Jawa Timur, Universitas Airlangga, 2018), hlm. 38.

⁸ Ummul Khasanah, "Identifikasi Kompetensi Dan Performansi Dalam Digital Marketing Online," *Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra Dan Informasi* volume 6 No 1 (2019): hlm. 35.

nasabah dan meningkatkan inklusivitas. Di sisi lain, *competence* menciptakan pengalaman yang memuaskan dengan menyediakan informasi yang akurat, solusi yang efektif, dan interaksi yang lancar. Pengguna yang merasa mampu menggunakan platform dengan mudah akan cenderung memiliki pengalaman positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Namun, sebaliknya pengguna yang merasa kurang mampu menggunakan platform cenderung memiliki pengalaman digital yang negatif dan menurunkan kepuasan dalam layanan digital.

Fenomena umum yang peneliti temui pada saat ini yaitu kebanyakan masyarakat baik kalangan anak muda ataupun orang tua, kurang mengetahui informasi terkait dengan Bank Syariah Indonesia sendiri, sehingga mereka berpendapat bahwa Bank Syariah sama saja dengan Bank-bank konvensional pada umumnya. Dan mengenai pengetahuan terkait dengan bank syariah, masyarakat yang sudah lanjut usia kurang memahami bagaimana sistem kerja pada bank syariah, dan hanya sedikit masyarakat yang faham dengan bagaimana sistem kerja pada bank syariah. Apalagi di jaman milenial ini masyarakat yang sudah lanjut usia tidak begitu faham dalam penggunaan akses digital yang disediakan oleh bank syariah sendiri, hal ini lah yang membuat *experience* masyarakat kurang memuaskan dari bank syariah.

Adapun penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Rona Veonita dan Rojuaniah yang berjudul, “ pengaruh aksesibilitas, kegunaan dan kepuasan terhadap penilaian (*customer experience*) melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking” yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh

positif terhadap penilaian nasabah karena nasabah dapat melakukan aktivitas transaksi kapanpun dan dimanapun.⁹

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sarah Ningrum Nuranisyah yang berjudul, ” Pengaruh Aksesibilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (*customer experience*)” yang menyimpulkan bahwa variabel aksesibilitas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹⁰

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Risnawati Dwi Arum yang berjudul, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kompetensi Karyawan terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Sektor III”. Menyimpulkan bahwa variabel kompetensi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.¹¹

Dengan adanya ketidak konsistenan yang peneliti temui pada penelitian terdahulu, maka dari itu peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang *experience* masyarakat terhadap bank syariah indonesia, dengan itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Accessibility dan Competence terhadap Digital Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia”**

⁹ Rojuaniah Rona Veonita, “Pengaruh Aksesibilitas, Kegunaan Dan Kepuasan Terhadap Penilaian (Customer Experience) Melalui Kepercayaan Nasabah Pengguna Mobile Banking,” *Dalam Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonsia* volume 6 no 1 (2022).

¹⁰ Sarah Ningrum Nuranisya, “Pengaruh Aksesibilitas, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen” (Purwokerto, Universitas Islam Negeri Prof.K.H.Saifuddin Zuhri, 2023), hlm.70.

¹¹ Risnawati Dwi Arum, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Sektor III” (Jakarta, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2018), hlm.100.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Masih banyaknya kalangan yang belum dapat mengakses layanan digital yang disediakan oleh bank syariah, khususnya masyarakat pedesaan, yang memiliki keterbatasan akses.
2. Sulitnya mengakses layanan digital yang disediakan oleh bank syariah bagi nasabah yang sudah lanjut usia.
3. karyawan Bank BSI sulit memberikan edukasi kepada Nasabah BSI yang sudah lanjut usia.
4. user interface yang kurang intuitif.
5. Keterbatasan fitur, beberapa nasabah merasa bahwa fitur-fitur yang ditawarkan masih kurang lengkap dan cakupannya kurang luas.
6. Adanya hasil penelitian yang tidak konsisten terkait pengaruh *Accessibility* dan *Competence* terhadap *Digital Customer Experience* pada nasabah Bank Syariah Indonesia.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka penelitian ini perlu dibatasi agar hasilnya lebih efektif, Serta pembahasannya lebih spesifik, Selain itu keterbatasan waktu, ilmu dan dana yang dimiliki oleh peneliti juga menjadi salah satu aspeknya. Maka peneliti membatasi penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh *Accessibility* dan *Competence* Terhadap *Digital Customer Experience* Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Padang Sidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dijelaskan dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Digital customer experience</i> (Y)	Adalah suatu proses, strategi dan implementasi dari suatu perusahaan untuk mengelola konsumen terhadap pengalamannya dengan sebuah produk atau layanan. ¹² Digital <i>customer</i> pada penelitian ini adalah adalah ekspresi online dari konsumen. Penting untuk diingat bahwa pelanggan pada umumnya tidak memikirkan berbagai tahap perjalanan mereka seperti yang dilakukan pemasaran.	1. <i>Sense</i> 2. <i>Feel</i> 3. <i>Act</i> 4. <i>Think</i> 5. <i>Relationship</i>	Ordinal

¹² Kenny Febriana, "Pengaruh Customer Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di TX Travel Klampis," *Dalam Jurnal Manajemen Perhotelan* volume 2 No 1 (2021): hlm. 325.

2.	<i>Accessibility</i> (X ¹)	Adalah kemudahan konsumen dalam berinteraksi dan mengakses produk. ¹³ <i>Accessibility</i> dalam penelitian ini <i>Accessibility</i> mengacu pada kemudahan untuk mengakses dan biaya minimal untuk menggunakan media sosial yang dapat membuat pengguna dengan akses online dapat memulai atau berpartisipasi dalam percakapan media sosial.	1. Frekuensi pelayanan 2. Fasilitas 3. Jarak/waktu tempuh	Ordinal
3.	<i>Competence</i> (X ²)	<i>Competence</i> adalah kompetensi yang dimiliki oleh penyedia produk atau layanan. ¹⁴ <i>Competence</i> dalam penelitian ini adalah mengacu pada	1. Kemampuan 2. Pemahaman 3. Pemikiran	Ordinal

¹³ Farah Zaimah, "Analisis Customer Experience Pada Bobobox Di Kota Bandung (Customer Experience Analysis of Bobobox in Bandung City)," *In Journal of Management* volume 7 No 1 (2020): hlm. 6045.

¹⁴ Hafda Tri Ridho, "Analisis Customer Experience (CX) Situs Jual Beli Produk Fashion Online Di Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan Jual Beli Produk Fashion Online Di Indonesia)," *In Journal of Management* volume 3 No 1 (2016): hlm. 202.

		pengetahuan dasar seseorang tentang sistem, kejadian, atau fakta.		
--	--	---	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, Adapun rumusan masalah didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *accessibility* mempengaruhi *digital customer experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Padangsidempuan?
2. Apakah *competence* mempengaruhi *digital customer experience* pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *accessibility* terhadap *digital customer experience* pada nasabah bank syariah Indonesia di Kota Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *competence* terhadap *digital customer experience* pada nasabah bank syariah Indonesia di kota Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Dalam suatu penelitian diharapkan memiliki manfaat bagi semua kategori sehingga dapat menjadi sebuah pertimbangan. Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat ikut andil dalam meneruskan pengetahuan terkait dengan perbankan syariah khususnya mengenai *accessibility*, *competence* terhadap *experience* nasabah. Dan dapat digunakan sebagai salah satu sumber ilmiah untuk mengembangkan ilmu pengetahuan pada penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi pijakan dan ilmu pengetahuan dalam dunia perbankan.

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai perkembangan *digital customer experience* pada bank syariah indonesia.

b. Bagi Bank Syariah Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perbankan syariah dalam penggunaan *digital customer experience*.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

d. Bagi Kampus UIN SYAHADA Padangsidempuan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi serta sebagai pengetahuan bagi pembaca atau mahasiswa yang memerlukan informasi mengenai perkembangan *digital customer experience*.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

Penelitian ini didukung dengan berbagai teori, sebagai *grand theory* adalah teori teknologi informasi dan komunikasi, yaitu Teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) adalah sebuah kerangka kerja teoritis yang digunakan untuk memahami perilaku individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi. Teori ini dikembangkan oleh Venkatesh, Morris, Darvis dan Davis pada tahun 2003. Model UTAUT telah terbukti berhasil dari delapan teori penerimaan teknologi yang lain dalam menjelaskan hingga 70% varian pengguna (Taiwo and Downe, 2013; Nasir, 2013). Model UTAUT (Venkatesh et al., 2003) kemudian mengalami perkembangan dengan penambahan beberapa variabel (Venkatesh et al., 2012).¹⁵

UTAUT mempertimbangkan berbagai factor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi. Teori ini menyatakan bahwa ada empat factor utama yang mempengaruhi niat penggunaan teknologi dan perilaku penggunaan sebenarnya. Pertama, performa yang diharapkan (*Performance Expectancy*) ini mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam tugas-tugas tertentu. Dalam konteks pengalaman pelanggan digital (*Digital Customer Experience*) ini bisa melihat seberapa efektif teknologi tersebut dalam

¹⁵ Ridwan Daud Mahende, "UTAUT Model: Suatu Pendekatan Evaluasi Penerimaan E-Learning Pada Program Pascasarjana," *Universitas Pepabri Makassar*, 2020, hlm.785.

meningkatkan pengalaman pelanggan. Kedua, usabilitas yang diharapkan (*Effort Expentancy*) ini mencakup sejauh mana individu merasa bahwa penggunaan teknologi akan mudah dipahami dan digunakan.

Pengalaman pelanggan digital (*Digital Customer Experience*) yang baik harus mencakup elemen-elemen usabilitas yang baik, seperti antarmuka yang intuitif dan navigasi sederhana. Ketiga, norma social (*Sosial Influence*) ini mengacu pengaruh dari orang lain, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, terhadap keputusan individu untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi. Dalam konteks pengalaman pelanggan digital (*Digital Customer Experience*), norma sosial dapat berperan dalam bagaimana pelanggan berinteraksi dengan merek di platform online. Keempat, fasilitasi yang diharapkan (*Facilitating Condition*) ini mencakup sejauh mana individu percaya bahwa ada dukungan dan sumber daya yang memadai dalam menggunakan teknologi dalam *Digital Customer Experience* berarti ketersediaan dukungan pelanggan online, panduan atau sumber daya lainnya.

1. Accessibility

a. Pengertian Accessibility

Aksesibility atau aksesibilitas merupakan suatu tingkat kemudahan bagi seseorang untuk mencapai suatu lokasi tertentu, Aksesibilitas ini sangat terkait dengan jarak lokasi suatu daerah terhadap daerah lainnya khususnya jarak lokasi ke pusat-pusat pelayanan publik (*publicservice*) yang secara spasial identik dengan ibukota propinsi dan ibukota

kabupaten/kota. Selain terkait dengan jarak lokasi, aksesibilitas juga terkait dengan waktu dan biaya.¹⁶

Aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan lokasi tata guna lahan berinteraksi satu dengan yang lain dan mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Mudah merupakan hal yang sangat subyektif dan kualitatif, bagi seseorang belum tentu mudah bagi orang lain. Oleh karena itu diperlukan kinerja kuantitatif yang dapat menyatakan aksesibilitas atau kemudahan. Berdasarkan beberapa literatur yang ditemukan, disimpulkan bahwa aksesibilitas dapat diartikan sebagai kemudahan meng- akses tujuan yang dapat memberikan kenyamanan beraktivitas.¹⁷

Namun hanya sebagian kecil wirausahawan yang mengakses dana permodalan perbankan. Hal ini dikarenakan proses pengurusan persyaratan di bank yang menurut mereka sangat menyulitkan.¹⁸

Aksesibilitas yang dijamin dalam Peraturan Pemerintah ini mengatur dua hal penting, yaitu pengaturan aksesibilitas fisik dan non fisik. Aksesibilitas fisik diterapkan pada sarana dan prasarana umum seperti aksesibilitas pada bangunan umum, jalan umum, pertamanan

¹⁶ Umrotul Farida, "Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Pedesaan Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal," *Dalam Jurnal Wilayah Dan Lingkungan* volume 1 no 1 (2013): hlm. 52.

¹⁷ Nany Yuliasuti dan Eko Setyo Widyanarso, "Accessibility Level of Social Facilities Based on Neighborhood Unit Concept in Perumnas Banyumanik Semarang City," *In Journal of Room* volume 2 No 4 (2014): hlm. 354.

¹⁸ Diska Arliena Hafni Fitri Maulidah Rahmawati, "Aksesibilitas Permodalan Perbankan Bagi Wirausahawan Di D.I Yogyakarta Untuk Mewujudkan Ekonomi Inklusi," *Dalam Jurnal Ilmiah Akuntansi* volume 17 No 2 (2019): hlm. 135.

dan pemakaman umum serta angkutan umum. Sedangkan aksesibilitas non fisik diterapkan pada pelayanan informasi dan pelayanan khusus.¹⁹

Aksesibilitas memiliki dua dimensi, yaitu:

- 1) Ketersediaan: ditunjuk oleh faktor-faktor seperti pasokan relatif terhadap permintaan, sejauh mana produk disimpan di penyimpanan, terkait produk dan layanan.
- 2) Kenyamanan: ditunjukkan oleh faktor-faktor seperti waktu dan upaya yang diperlukan untuk memperoleh produk, kemudahan yang produk dapat ditemukan di dalam dan berbagai lokasi, kemasan dalam ukuran nyaman.²⁰
- 3) Tingkat aksesibilitas dapat diukur dengan ketersediaan transportasi dan dengan jarak pencapaian yang singkat. Selain faktor jarak, tingkat kemudahan pencapaian tujuan juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti faktor waktu tempuh faktor biaya atau ongkos perjalanan, faktor intensitas guna lahan, dan faktor pendapatan orang yang melakukan perjalanan.²¹

b. Indikator Aksesibilitas

Berikut adalah contoh indikator-indikator tentang aksesibilitas diantaranya:

¹⁹ Ferry Firdaus dan Fajar Iswahyudi, “Aksesibilitas Dalam Pelayanan Publik Untuk Masyarakat Dengan Kebutuhan Khusus,” *In Journal of Borneo Administrator* volume 1 No 1 (2017): hlm. 7.

²⁰ Diah Pranasari, “Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Di Kereta Rel Listrik Jakarta” (Jakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2020), hlm. 4.

²¹ Sefaji, “Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia,” *Dalam Jurnal Perbankan* volume 3 No 1 (2018): hlm. 12.

- 1) Kemudahan kelompok sasaran mendapatkan informasi berkaitan dengan program dari petugas terkait serta kemudahan mengadukan apabila mendapat kesulitan dan masalah. Dalam memberikan informasi terkait program.
- 2) Tujuan program, adalah apa yang akan dicapai oleh program tersebut, perubahan-perubahan apa saja yang akan dirasakan oleh kelompok sasaran jika mendapat program.
- 3) Manfaat program, adalah apa saja output dari program tersebut, apa manfaat yang akan dirasakan secara langsung oleh kelompok sasaran.
- 4) Persyaratan masyarakat untuk memperoleh akses terhadap program tersebut: apa saja syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan manfaat dari suatu program
- 5) Mekanisme pelaksanaan, adalah bagaimana tahapan-tahapan implementasi program, apa saja syarat-syarat yang harus dipenuhi saat menggunakan program tersebut.
- 6) Kendala yang mungkin dihadapi saat menggunakan program dan bagaimana cara mengatasi kendala tersebut. Kemudahan melakukan transaksi bagi kelompok sasaran, Lokasi terjangkau dan jelas, Akses program yang sama bagi etnis etnis dalam kelompok sasaran.²²

²² Ahmad Rofiq, "Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Komunitas Sahabat Difabel Semarang)," *Dalam Jurnal Ekonomi Islam* volume 2 No 1 (2020): hlm. 13-14.

c. Aksesibilitas Pembiayaan di Perbankan Syariah

Dua fungsi pokok bank syariah ialah mengumpulkan dana dari masyarakat yang kemudian didistribusikan kembali kepada masyarakat. Penyaluran dana yang dioperasikan bank syariah yaitu pemberian pembiayaan kepada nasabah yang membutuhkan penyaluran pembiayaan, baik berupa modal untuk usaha ataupun untuk konsumsi. Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga penyalur dana, bank syariah perlu memhatikan beberapa hal yang berkaitan dengan analisis kelayakan pemberian pembiayaan. Analisis kelayakan pemberian pembiayaan tersebut meliputi beberapa tahapan, yaitu:

1) Pendekatan analisis pembiayaan. Antara lain:

Pendekatan Jaminan, artinya dalam memberikan pembiayaan kepada nasabah bank selalu memperhatikan kualitas dan kuantitas yang dimiliki oleh nasabah.

Pendekatan karakter, artinya bank akan mencermati dengan sungguh-sungguh karakter yang dimiliki nasabah untuk menghindari resiko adanya pembayaran macet. Pendekatan melalui studi kelayakan, bank memantau kelayakan usaha yang dioperasikan oleh nasabah.

Pendekatan fungsi-fungsi bank, berarti bank memerhatikan fungsinya sebagai lembaga intermediary (perantara) keuangan, yaitu menata mekanisme dana yang dihimpun dan dana yang

disalurkan. Berikut penerapan prinsip analisis pembiayaan mengacu pada rumus 5C, diantaranya:

- a. *Character*, ialah keadaan sifat atau karakter dari nasabah, baik dalam kehidupan pribadi atau dalam kegiatan usaha.
- b. *Capital*, ialah besarnya dana yang dimiliki oleh nasabah sendiri. Semakin besar calon nasabah memiliki modal dalam perusahaannya, semakin tinggi keseriusan calon nasabah mengelola usahanya serta bank akan merasa betul-betul percaya memberikan pembiayaan.
- c. *Collateral*, jaminan milik calon nasabah yang diberikan peminjam kepada bank. Penilaian terhadap agunan yang diberikan calon nasabah ke bank ini meliputi jenis bukti kepemilikan, lokasi dan status hukumnya.
- d. *Condition*, ialah kondisi dan situasi yang berpengaruh pada kelancaran usaha nasabah.²³

Atas dasar laporan hasil analisis pembiayaan, pihak bank yang bertugas memutuskan pembiayaan dapat memberikan keputusan apakah permohonan pembiayaan tersebut memadai untuk dikabulkan atau tidak. Apabila permohonan pembiayaan tersebut layak untuk dikabulkan, maka pihak bank akan mengeluarkan surat

²³ Tri Purnama Sari, dkk, "Analisis Aksesibilitas Nelayan Terhadap Pembiayaan Di Perbankan Syariah," *Dalam Jurnal Nisbah* volume 8 No 1 (2022): hlm. 37-38.

keputusan pembiayaan yang biasanya disertai persyaratan-persyaratan tertentu.²⁴

2. *Competence*

a. *Pengertian Competence*

Menurut para ahli, kompetensi di definisikan sebagai berikut: Menurut Dessler, kompetensi adalah karakteristik pribadi yang dapat ditunjukkan seperti pengetahuan, keterampilan dan perilaku pribadi seperti kepemimpinan. Menurut Edison, Anwar, dan Komariyah Kompetensi adalah kemampuan individu untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan benar dan memiliki keunggulan yang didasarkan pada hal-hal yang menyangkut pengetahuan (*Knowledge*), keahlian (*skill*), dan sikap (*attitude*).²⁵ Menurut Armstrong kompetensi adalah dimensi tindakan dari tugas dimana tindakan tersebut dipakai oleh karyawan untuk menyelesaikan tugas pekerjaan mereka dengan memuaskan dan apa yang diberikan karyawan dalam bentuk yang berbeda-beda dan tingkatan kinerjanya.²⁶

Secara etimologi, kompetensi diartikan sebagai sebuah dimensi perilaku keahlian atau keunggulan seorang pemimpin ataupun staf yang mempunyai keterampilan, pengetahuan dan juga perilaku yang baik-

²⁴ Ibid, hlm. 39

²⁵ Setia Tjahyanti dan Nurafni Chairunnisa, "Kompetensi, Kepemimpinan, Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Human Resources and Facility Management Directorate," *Dalam Jurnal Media Bisnis* volume 12 No 2 (2020): hlm. 128.

²⁶ Dedi Dharma, "Analisis Penerapan Kompetensi Syariah Terhadap Kinerja Karyawan Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung," *Dalam Jurnal Perbankan* Volume 1 No 1 (2018): hlm. 8.

baik. Menurut Peraturan Pemerintah No.101 Tahun 2000, kompetensi merupakan kemampuan ataupun karakteristik yang dimiliki oleh seseorang atau pegawai negeri sipil yang berupa pengetahuan sikap perilaku yang diperlukan dalam tugas dan jabatannya.²⁷

Kompetensi didefinisikan sebagai aspek-aspek pribadi dari seorang pekerja yang memungkinkan untuk mencapai kinerja superior. Aspek-aspek pribadi ini mencakup sifat, motif-motif, sistem nilai, sikap, pengetahuan dan keterampilan dimana kompetensi akan mengarahkan tingkah laku, sedangkan tingkah laku akan menghasilkan kinerja.²⁸

b. Jenis-jenis *competence*

Competence dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- 1) *Core competencies* yaitu kompetensi inti yang selalu dihubungkan dengan strategi dalam organisasi sehingga harus dimiliki oleh semua karyawan dalam organisasi.
- 2) *Managerial competencies* yaitu kompetensi yang mencerminkan suatu aktivitas manajerial dan juga kinerja yang diperlukan dalam peran tertentu.
- 3) *Funcional competencies* yaitu kompetensi yang menjelaskan mengenai suatu kemampuan dan peran tertentu yang diperlukan dan dihubungkan dengan teknis dan keterampilan profesional.

²⁷ Rizki Amaliyah, "Pengaruh Kompetensi Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Cabang Pangkal Pinang," *Dalam Jurnal Prodi Tadris IPS Volume 11 No 2* (2020): hlm. 89.

²⁸ Nofi Naifatul Muslimah, "Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan," *Dalam Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan volume 1 No 1* (2016): hlm. 154.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi *competence*

Adapun factor-faktor yang mempengaruhi *competence* sebagai berikut:

1) Keyakinan dan nilai-nilai

Keyakinan adalah sebuah sikap subyektif bahwa sesuatu atau proposisi itu benar. Dalam epistemology, para filsuf menggunakan istilah “kepercayaan” untuk merujuk pada sikap tentang dunia yang bisa benar atau salah. Sedangkan nilai-nilai adalah keyakinan yang membuat seseorang bertindak atas dasar pilihannya.

2) Keterampilan

Keterampilan adalah pola kegiatan yang bertujuan, yang memerlukan manipulasi dan koordinasi informasi yang dipelajari.

3) Pengalaman

Pengalaman adalah pengamatan yang merupakan kombinasi pengelihatn, penciuman, pendengaran, serta pengalaman masa lalu.

4) Karakteristik kepribadian

Karakteristik kepribadian adalah sesuatu yang menjadi ciri-ciri yang melekat pada seseorang, baik itu sifat, watak, emosi, perilaku, dan Tindakan yang membuatnya berbeda dari orang lain.

5) Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang muncul dalam diri seseorang untuk melakukan atau berfikir dengan tujuan tertentu, baik sadar atau tidak sadar.

6) Emosional

Emosional adalah suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis, psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak.

7) Kemampuan intelektual

Kemampuan intelektual adalah kemampuan mental yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan mental.

8) Budaya organisasi

Budaya organisasi adalah system nilai-nilai yang difahami bersama oleh seluruh anggota organisasi, sengaja disosialisasikan serta dapat terimplementasi pada perilaku dan sikap masing-masing karyawan dalam kehidupan berorganisasi.²⁹

d. Karakteristik *competence*

1) Karakteristik kompetensi secara umum sebagai berikut:

- a) *Motives* adalah sesuatu dimana seseorang secara konsisten dapat mengembangkan sebuah tujuan yang memberi tantangan pada

²⁹ Dewi Puspa, "Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Elfaatih Global Indonesia," *Dalam Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi* volume 2 No 2 (2018): hlm. 53.

dirinya dan bertanggungjawab penuh untuk mencapai suatu tujuan tersebut serta mengharapkan adanya timbal balik untuk memperbaiki dirinya.

- b) *Traits* adalah sebuah watak yang membuat seseorang dalam berperilaku, merespons sesuatu hal dengan cara tertentu. Misalnya percaya diri, kontrol diri, stres.
- c) *Selfconcept* adalah sebuah sikap dan nilai yang dimiliki oleh dalam diri seseorang. Kemudian, Sikap dan nilai diukur melalui tes kepada responden untuk mengetahui bagaimana nilai yang dimiliki seseorang.
- d) *Knowledge* adalah informasi yang dimiliki oleh seseorang dalam hal bidang tertentu. Pengetahuan merupakan kompetensi yang sangat kompleks.
- e) *Skills* adalah kemampuan dimiliki seorang karyawan dalam hal melaksanakan suatu pekerjaan tertentu baik secara fisik mental.

2) Karakteristik competence dalam Perspektif Islam

Adapun beberapa Karakteristik dalam perspektif islam adalah sebagai berikut:

- 1) Siddiq (jujur), Maka orang yang siddiq ialah orang yang benar atau ia yang berkata benar dan jujur. Untuk meneladani sifat siddiq, maka umat muslim haruslah senantiasa berkata jujur dan berkata yang benar sesuai dengan fakta. Berikut landasan hukum siddiq dalam Q.S At-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar”.

- 2) Amanah (dapat Dipercaya). Amanah juga berarti pesan yang dititipkan dapat disampaikan kepada orang yang berhak. Amanah yang wajib ditunaikan oleh setiap orang adalah hak-hak Allah Swt., seperti salat , zakat, puasa, berbuat baik kepada sesama, dan yang lainnya. Berikut landasan hukum Amanah dalam Q.S Al-Mu'minin ayat 8 yang berbunyi:

b. وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ۖ

“Dan (sungguh beruntung) orang yang memelihara amanat-amanat dan janjinya”³⁰

- 1) Fathonah (cerdas) merupakan kecerdasan intelektual emosional dan terutama pada hal spiritual. Termasuk kebijaksanaan dalam berpikir dan bertindak. Berikut landasan hukum fathonah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 269 yang berbunyi:

يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ

“Dia memberikan hikmah kepada siapa yang Dia kehendaki.

Barangsiapa diberi hikmah, sesungguhnya dia telah diberi

³⁰ Hendry Nia, “Pengaruh Pelatihan, Kompetensi Syariah Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Sidoarjo,” *Dalam Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* volume 3 No 2 (2020): hlm.8.

kebaikan yang banyak. Dan tidak ada yang dapat mengambil pelajaran kecuali orang-orang yang mempunyai akal sehat.”

- 2) Tabligh (menyampaikan) adalah bagian dari sistem dakwah Islam, tabligh merupakan usaha menyampaikan dan menyiarkan pesan Islam yang dilakukan oleh individu maupun kelompok baik secara lisan maupun tulisan. Kata tabligh merupakan bahasa Arab yang berasal dari akar kata *balagha*, *yuballighu*, *tablighan*, artinya menyampaikan. Berikut landasan hukum tabligh dalam Q.S An-Nisa ayat 9 yang berbunyi:

وَلِيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar.”³¹

e. Tingkatan Kompetensi

1) Tingkat eksekutif

Pada tingkatan ini di perlukan kompetensi tentang:

- a) *Strategic thinking*, adalah kompetensi untuk memahami kecenderungan perubahan lingkungan yang begitu cepat,

³¹ Ibid, hlm. 9

melihat peluang pasar, ancaman, kekuatan dan kelemahan organisasi agar dapat mengidentifikasi “*strategic response*” secara optimal.

- b) *Change leadership*, adalah kompetensi untuk mengkomunikasikan visi dan strategi perusahaan dapat ditransformasikan kepada pegawai.
- c) *Relationship management*, adalah kemampuan untuk meningkatkan hubungan dan jaringan dengan perusahaan lain. Kerjasama dengan perusahaan lain sangat diperlukan untuk keberhasilan organisasi.

2) Tingkat manajer

Pada tingkatan ini, paling tidak diperlukan aspek-aspek kompetensi sebagai berikut:

- a) *Fleksibility aspect* adalah kemampuan merubah struktur dan proses manajerial, apabila strategi perubahan organisasi diperlukan untuk efektivitas pelaksanaan tugas organisasi.
- b) *Empowerment aspect*, adalah kemampuan berbagi informasi, penyampaian ide-ide oleh bawahan, mengembangkan pengembangan karyawan, mendelegasikan tanggung jawab, memberikan saran umpan balik, menyatakan harapan-harapan yang positif untuk bawahan, dan memberikan reward bagi peningkatan kinerja.

- c) *Interpersonal understanding aspect* merupakan kemampuan untuk memahami nilai dari berbagai tipe manusia.
- d) *Team facilitation aspect*, merupakan kemampuan untuk menyatukan orang untuk bekerjasama secara efektif untuk mencapai tujuan bersama, termasuk dalam hal ini adalah memberikan kesempatan setiap orang untuk berpartisipasi dan mengatasi konflik.
- e) *Portability aspect*, adalah kemampuan untuk beradaptasi dan berfungsi secara efektif dengan lingkungan luar, sehingga manajer harus portable terhadap posisi-posisi yang ada di luar perusahaan.

3) Tingkat Karyawan

Pada tingkat karyawan diperlukan kualitas kompetensi seperti:

- a) Aspek fleksibilitas, merupakan kemampuan untuk melihat perubahan sebagai suatu kesempatan yang menggembirakan ketimbang sebagai ancaman.
- b) Aspek mencari informasi, motivasi, dan kemampuan belajar. Merupakan kompetensi tentang antusiasme untuk mencari kesempatan belajar tentang keahlian teknis dan interpersonal.
- c) Aspek motivasi berprestasi, merupakan kemampuan untuk mendorong inovasi, perbaikan berkelanjutan dalam kualitas dan produktivitas yang dibutuhkan untuk memenuhi tantangan kompetensi.

- d) Aspek motivasi kerja, dalam tekanan waktu merupakan kombinasi fleksibilitas, motivasi berprestasi, menahan stres dan komitmen organisasi yang membuat individu bekerja dengan baik walaupun dalam waktu yang terbatas.
- e) Aspek kolaborasi, merupakan kemampuan bekerja secara kooperatif di dalam kelompok yang multi disiplin; menaruh harapan positif kepada yang lain, pemahaman interpersonal dan komitmen organisasi.³²

3. Digital Customer Experience

a. Pengertian Digital Customer Experience

Customer experience atau pengalaman pelanggan dalam konteks *customer journey* adalah tahap kesadaran, pertimbangan, pembelian, layanan, dan advokasi. *Customer experience* mengacu pada serangkaian interaksi yang terjadi antara konsumen dan produk, yang akan membangkitkan emosi atau memprovokasi tindakan atau reaksi. *customer experience* bertindak sebagai sumber utama keunggulan kompetitif dan diferensiasi dikarenakan setiap pengalaman subjektif merupakan hal unik berdasarkan pengalaman pribadi.

Customer experience memberikan pengalaman pelanggan yang bermakna dianggap penting untuk mencapai keunggulan kompetitif dan kepuasan pelanggan. Organisasi yang mengelola *customer*

³² Muhammad Tho'in, "Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berdasarkan Prinsip-Prinsip Syariah Islam (Studi Kasus Pada BNI Syariah Surakarta)," *Dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* volume 2 No 3 (2016): hlm. 163.

experience dengan seksama akan meraih peningkatan kepuasan pelanggan, peningkatan pendapatan, dan kepuasan karyawan yang lebih besar. teknologi digital imersif berpotensi mengubah *customer experience* dengan memberikan respon *real-time*, konteks spesifik kapan dan dimana pelanggan membutuhkannya. Konsumen memiliki kebutuhan untuk menerima konten, kehandalan, dan solusi yang dipersonalisasi secara *real-time* selama pengalaman berbelanja mereka. Kini konsumen telah terkonfirmasi secara mandiri karena konsumen lebih nyaman dengan menggunakan teknologi *self-service*, kini konsumen jauh lebih tahu tentang produk dan layanan yang ingin mereka beli.³³

Customer experience adalah sebuah pengalaman pribadi dari seseorang mengenai suatu produk atau merek untuk menciptakan interaksi batin antara konsumen dengan produk. *Customer experience* merupakan hal yang penting dalam bidang pemasaran, karena hal ini menentukan suatu kualitas dalam persaingan pasar yang sangat ketat.³⁴

³³ Arianis Chan, "The Effect of Artificial Intelligence (AI) on Customer Experience (Study of Gojek User in Bandung, West Java)," *Dalam Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan* volume 6 No 2 (2021): hlm. 118.

³⁴ Istiqomah Istiatin, "Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Customer Experience, Customer Value, Dan Brand Image," *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* volume 19 No 3 (2022): hlm. 599.

b. Jenis-jenis digital customer experience

a) Experience in Product

Experience in product merupakan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk jasa. Pengalaman merupakan salah satu kekuatan dari produk.

b) Experience in Environment

Experience in environment merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pengalaman keseluruhan kepada konsumen. Lingkungan merupakan faktor yang sangat penting didalam menciptakan pengalaman konsumen.

c) Experience in Loyalty Communication

Experience in Loyalty Communication Memberikan rasa kesenangan bagi konsumen merupakan salah satu faktor dalam memberikan pengalaman yang baik bagi konsumen. Kesempatan yang terbaik untuk dapat menyenangkan hati konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

d) Experience in Customer Service and Social Exchanged

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menciptakan pengalaman yang baik bagi konsumen. Di dalam pelayanan hal yang paling dirasakan oleh konsumen adalah sikap dari staf atau karyawan yang dimiliki oleh perusahaan.

e) *Experience in Events*

Perusahaan dapat memberikan pengalaman pada konsumen melalui sebuah event. Dengan adanya acara tersebut konsumen akan ikut berpartisipasi sehingga konsumen akan memperoleh informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkan.³⁵

c. **Komponen Customer Experience**

Ada 5 komponen *customer experience* yang dapat digunakan untuk mengukur pengalaman konsumen yang terdiri dari:

- a) *Sense*, yaitu indra yang dimiliki oleh manusia sebagai alat untuk merasakan produk dan jasa yang ditawarkan.
- b) *Feel*, yaitu rasa yang ditampilkan melalui ide, kesenangan, dan reputasi akan pelayanan konsumen.
- c) *Think*, yaitu pengalaman menuntut kecerdasan dengan tujuan menciptakan pengalaman kognitif dan pemecahan masalah dengan melibatkan konsumen secara kreatif.
- d) *Act*, yaitu didesain untuk menciptakan pengalaman konsumen yang berhubungan dengan tubuh secara fisik.

³⁵ Ririn Sugysti, "Pengaruh Dimensi Customer Experience Terhadap Satisfaction dan Customer Loyalty (Studi Pada Cokelat Klasik Cafe Malang)," *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* volume 1 no 1 (2020): hlm. 5-6.

- e) *Relate*, yaitu adanya hubungan dengan orang lain, kelompok sosial lain (seperti pekerjaan, gaya hidup) atau identitas sosial yang lebih luas.³⁶

4. Hubungan Accessibility terhadap Digital Customer Experience

Pengalaman pelanggan yang bersifat positif sangat penting bagi keberlangsungan sebuah bisnis. Sebab ini menjadi indikator sukses atau tidaknya layanan yang diberikan bank syariah Indonesia. Bila mereka mendapatkan pengalaman pelayanan yang puas, tentunya ini akan membangun rasa loyalitas nasabah terhadap bank itu sendiri. Dengan membangun *customer experience* yang baik, dan memberikan akses berupa kemudahan kosumen dalam berinteraksi dan mengakses layanan yang telah disediakan.

Dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Widodo dengan judul, "Pengaruh aksesibilitas dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan Jaminan Rasa Aman sebagai Intervening" dalam jurnal penelitiannya menunjukkan bahwa adanya hubungan antara *customer experience*.³⁷

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *digital customer experience* sangat penting bagi sebuah perusahaan/bank. sehingga

³⁶ Fransisca Andreani, "Pengaruh Customer Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen," *Dalam Jurnal Manajemen Bisnis* volume 3 no 1 (2019): hlm. 327.

³⁷ Wahyu Widodo, "Pengaruh Aksesibilitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Jaminan Rasa Aman Sebagai Intervening," *Dalam Jurnal Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi* volume 2 No 1 (2022).

menimbulkan pengaruh positif yang membuat suatu perusahaan/bank menjadi lebih baik.

5. Hubungan Competence terhadap Digital Customer Experience

Bank syariah Indonesia harus bisa mempertahankan kualitas produknya. Karyawan bank syariah Indonesia harus menguasai produk yang dipasarkan sehingga ketika terjadi transaksi nasabah mudah mengerti dan tertarik lalu menaruh kepercayaan kepada bank syariah itu sendiri.

Dengan penelitian yang dilakukan oleh Yanti Herawati dengan judul” Kompetensi Komunikasi *Customer service* sebagai pendukung kepuasan nasabah”. Dalam jurnal penelitiannya menunjukkan adanya hubungan kompetensi terhadap *digital customer experience*.³⁸

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *competence* sangat berpengaruh terhadap *customer experience* sehingga *competence* diperlukan dalam membangun kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank syariah Indonesia.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan dan dianggap saling berhubungan dengan penelitian ini dapat dilihat dari tabel 2 berikut:

³⁸ Yanti Herawati, “Kompetensi Komunikasi Customer Service Sebagai Pendukung Kepuasan Nasabah,” *Dalam Jurnal Ikraith-Humaniora* volume 6 No 1 (2022).

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Suryawan Andi Sulityadi (<i>Dalam Jurnal ilmu dan Riset Manajemen</i> volume 5 No 3 (2016))	Pengaruh kualitas layanan, harga dan aksesibilitas terhadap loyalitas pelanggan (customer experience)	menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian, pengaruh aksesibilitas terhadap customer experience menghasilkan nilai koefisien (standardized coefficient) positif sebesar 0,197 dan sig-value sebesar 0,037. Oleh karena, sig-value (0,037) < sig. tolerance (0,05) maka H0 ditolak dan Ha diterima, pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan pelanggan terbukti signifikan.
2	Rizki amaliyah (dalam jurnal prodi tadrir IPS volume 11 No 2 (2020)).	Pengaruh kompetensi dan kinerja karyawan terhadap digital customer experience (kepuasan nasabah) pembiayaan di Bank pembiayaan rakyat Syariah (BPRS) cabang pangkal pinang	menyimpulkan bahwa dari hasil perhitungan bahwa t-hitung (2.535) > t-tabel (1.66159) dengan tingkat signifikan terhadap tingkat dari kepuasan nasabah pembiayaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) cabang Pangkalpinang.

3	Rona Veonita dan Rojuaniah (dalam jurnal inovasi bisnis dan manajemen Indonesia, volume 6 no 1, 20212).	Pengaruh aksesibilitas, kegunaan dan kepuasan terhadap penilaian (digital customer experience) melalui kepercayaan nasabah pengguna mobile banking	Menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap penilaian nasabah karena dapat melakukan aktivitas transaksi kapanpun dan dimanapun. Dari hasil perhitungan bahwa $t\text{-hitung } 1,963 > t\text{-tabel } 1,981$ dengan tingkat signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
4	Siti Azza Nur Aisah, Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2022	Pengaruh Brand Equity dan Aksesibilitas layanan mobile banking terhadap pengalaman nasabah (digital customer experience) pada BSI dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating	Menyimpulkan bahwa hasil penelitian melalui uji t memperlihatkan bahwa aksesibilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman nasabah yang dibuktikan dengan nilai $t\text{-hitung}$ aksesibilitas sebesar 12,263 lebih besar dari t tabel sebesar 1,9695 dengan tingkat signifikan bernilai 0,000 lebih kecil dari 0,05. ³⁹
5	Rousdy Safari Tamba, dalam jurnal abiwara, volume 2 no 2, 2021	Pengaruh kualitas pelayanan dan kompetensi karyawan terhadap kepuasan dan pengalaman	menyimpulkan bahwa diketahui nilai rata-rata jawaban responden untuk variabel kompetensi karyawan sebesar 40,80 atau 42,5% dengan standar deviasi 4,363. Sedangkan rentang data

³⁹ Siti Azza Nur Aisah, "Pengaruh Brand Equity Dan Aksesibilitas Layanan Mobile Banking Terhadap Pengalaman Nasabah (Digital Customer Experience) Pada BSI Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating" (Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, 2022).

		nasabah pada bank syariah cabang Jakarta pusat	sebanyak 12 dengan nilai terendah 33 sebanyak 3 responden (7,5) dan nilai tertinggi 46 sebanyak 1 responden (2,5). ⁴⁰
6	Rebdy Arafat, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta , 2022	Pengaruh competency, bank image, accessibility terhadap kepuasan dan pengalaman nasabah (customer experience) pada bank jateng cabang syariah Surakarta	Menyimpulkan bahwa hasil perhitungan bahwa $t\text{-hitung} (8.211) > t\text{-tabel} (0,0001)$ dengan tingkat signifikan terhadap tingkat dari kepuasan dan pengalaman nasabah. ⁴¹

Penelitian terdahulu diisi untuk mendapatkan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka dalam landasan teori ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

Dari beberapa penelitian diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Pada penelitian Suryawan Andi dan Sulityadi dengan judul pengaruh kualitas layanan, harga dan aksesibilitas terhadap loyalitas pelanggan (*customer experience*).

⁴⁰ Rousdy Safari Tamba, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Dan Pengalaman Nasabah Pada Bank Syariah Cabang Jakarta Pusat,” *Dalam Jurnal Abiwara* volume 2 no 2 (2021).

⁴¹ Rebdy Arafat, “Pengaruh Competency, Bank Image, Accessibility Terhadap Kepuasan Dan Pengalaman Nasabah (Customer Experience) Pada Bank Jateng Cabang Syariah Surakarta” (Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022).

Perbedaannya yaitu pada variabel kualitas layanan dan variabel harga, sementara persamaanya yaitu pada variabel aksesibilitas.

Pada penelitian Rizki Amaliyah dengan judul pengaruh kompetensi dan kinerja karyawan terhadap digital *customer experience* (kepuasan nasabah) pembiayaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Cabang Pangkalpinang. Perbedaannya yaitu pada variabel kinerja karyawan, sementara persamaanya yaitu pada variabel kompetensi.

Pada penelitian Rona Veonita dan Rojuaniah dengan judul pengaruh aksesibilitas, kegunaan dan kepuasan terhadap penilaian (*costumer experience*) melalui kepercayaan nasabah pengguna *mobile banking*. Perbedaannya yaitu pada variabel kegunaan dan kepuasan, sementara persamaanya yaitu pada variabel aksesibilitas.

Pada penelitian Siti Azza Nur Aisah dengan judul pengaruh *brand equity* dan aksesibilitas layanan *mobile banking* terhadap pengalaman nasabah pada BSI dengan regiusitas sebagai variabel moderating. Perbedaannya yaitu pada variabel brand equity dan regiusitas, sedangkan persamaanya yaitu pada variabel aksesibilitas.

Pada penelitian Rousdy Safari Tamba dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan kompetensi karyawan terhadap kepuasan dan pengalaman nasabah pada BSI cabang Jakarta Pusat. Perbedaannya yaitu pada variabel kualitas pelayanan, sedangkan persamaanya yaitu pada variabel kompetensi.

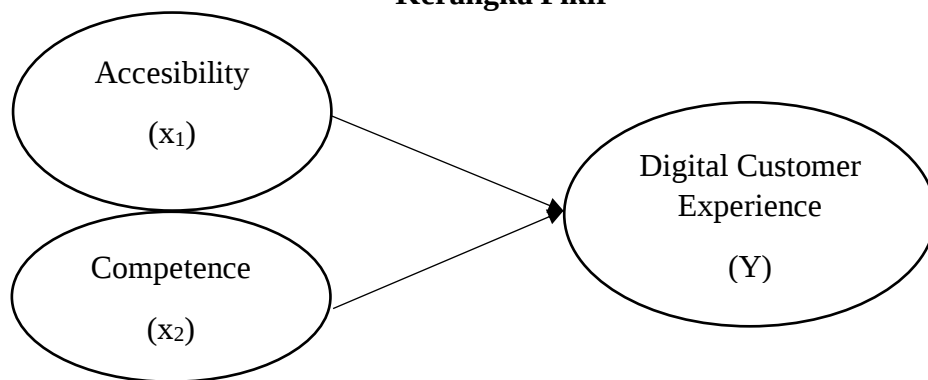
Pada penelitian Rebby Arafat dengan judul pengaruh competence, bank image, accesibility terhadap kepuasan dan pengalaman nasabah pasa bank Jateng cabang syariah Surakarta. Perbedaannya yaitu pada variabel bank image, sedangkan persamaanya yaitu pada variabel competence dan accesibility.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan bagian penelitian yang berisi pemikiran peneliti yang menyangkut hubungan antar variabel atau terkait problematika yang berdasarkan teori. Adapun Kerangka pikir dari penelitian ini dapat dilihat pada gambar II.1 berikut:

Gambar II.1

Kerangka Pikir



a. Pengaruh A terhadap DCE

Justifikasi: teori teknologi model UTAUT mencakup beberapa factor yang dapat mempengaruhi niat untuk menggunakan dan penggunaan actual suatu system teknologi, termasuk ekspetasi kinerja, ekpetasi Upaya, pengaruh social dan kondisi yang memfasilitasi. Teori ini menyimpulkan bahwa

Aksesibilitas dapat mempengaruhi digital customer experience dan menjadi factor penting untuk dipertimbangkan ketika merancang dan mengevaluasi system digital. Dengan membuat system digital lebih mudah diakses dan digunakan, niat untuk menggunakan dan penggunaan sebenarnya dari system ini dapat ditingkatkan, yang pada akhirnya dapat menghasilkan pengalaman digital pelanggan yang lebih baik.

b. Pengaruh C terhadap DCE

Justifikasi: competence dapat berdampak signifikan terhadap digital customer experience khususnya dalam hal personalisasi dan pemahaman konteks bisnis. Personalisasi dalam skala besar juga merupakan investasi penting bagi bisnis untuk memberikan pengalaman yang relevan di seluruh perjalanan pelanggan. Competence penting dalam memahami dan membentuk customer experience. Suatu Perusahaan perbankan perlu mengumpulkan dan menilai data pengalaman pelanggan, memiliki aspirasi pengalaman pelanggan yang jelas dan tujuan bersama. Competence memungkinkan bisnis untuk beradaptasi terhadap perubahan ekspektasi pelanggan dan memberikan pengalaman pelanggan digital yang luar biasa.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan proporsisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variable dan hipotesis dua atau lebih variable atau bahkan bisa lebih.⁴²

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: terdapat pengaruh *accessibility* terhadap perkembangan *digital customer experience*.

H₂: terdapat pengaruh *competence* terhadap perkembangan *digital customer experience*.

⁴² Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, edisi revisi (Sidoarjo: Zifatama, 2014), hlm. 66.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah kota padangsidempuan dan dilaksanakan mulai bulan Mei 2023 sampai dengan September 2024.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis Asosiatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya.⁴³

Metode analisis asosiatif merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya hubungan antara dua variable atau lebih dari dua variable.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, akan tetapi juga bisa organisasi, hewan, hasil karya

⁴³ Paulus santosa, *Metode Penelitian Kuantitatif*, edisi pertama (Andi Offset, 2021), hlm. 20.

manusia, dan benda-benda alam yang lain.⁴⁴ Populasi dalam penelitian ini berjumlah 14.345 Nasabah Bank Syariah Indonesia.

2. Sampel

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah salah satu teknik sampling yang dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Dengan menetapkan kriteria sebagai berikut:

- a. Nasabah yang masih aktif dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.
- b. Nasabah yang menggunakan BSI mobile

Karena populasi tidak diketahui jumlahnya maka teknik penentuan jumlah sampling menggunakan rumus lemeshow (1997) yaitu:

$$n = \frac{z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,10^2}$$

$$= 96,04$$

keterangan:

n: Jumlah sample

z: Nilai standar = 1,96

⁴⁴ Agung Widhi Kurniawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Pertama (Yogyakarta: PANDIVA BUKU, 2016), hlm. 66.

p: Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d: Alpa = 10%

maka diperoleh sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,4 responden yang dibulatkan menjadi 96 responden. Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow karena populasi yang dituju sangat besar dan jumlahnya yang berubah-ubah.

D. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden nasabah Bank Syariah Indonesia.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, seperti melalui orang lain ataupun dengan dokumen. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini ialah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui karya tulis buku, artikel, maupun jurnal.

E. Instrument Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mengumpulkan data.⁴⁵ Sumber data dalam penelitian ini adalah:

⁴⁵ Anufia Thalha, "Instrument Pengumpulan Data," *Dalam Jurnal Manajemen* volume 1 No 1 (2019): hlm. 76.

Adapun instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data jika peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk mendapatkan permasalahan yang harus diteliti, dan jika peneliti hendak mengetahui hal-hal yang lebih dalam dari responden.

2. Angket

Angket (kuesioner) adalah sejumlah daftar pernyataan yang diajukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendasar dari laporan tentang diri sendiri atau pada pengetahuan atau keyakinan pribadi responden atau informasi yang diteliti. Angket juga ditunjukkan untuk mengumpulkan data melalui formulir-formulir yang berisi peserta pernyataan yang diajukan melalui google form kepada responden yang dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia.

Tabel III.1

Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Angket

Skor Sifat Pernyataan	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju(S)
3	Kurang Setuju(KS)
2	Tidak Setuju(TS)
1	Sangat Tidak Setuju(STS)

Adapun indikator terkait pengaruh Accesibility dan Competence terhadap Digital Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel III.2
Kisi-kisi Angket Variabel

No	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
1.	Digital Customer Experience (Y)	<i>Think</i>	1
		<i>Act</i>	2,3
		<i>Feel</i>	4,5
		<i>Sense</i>	6,7,8,9
		<i>Relationship</i>	10
2.	Accesibility (X1)	Kemudahan	1,2,3,4
		Kenyamanan	5,6,7,8
		Waktu	9,10
3.	Competence (X2)	Pengetahuan	1,2
		Sikap	3,4,5,6
		Motif	7,8
		Sifat	9
		Keterampilan	10

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan *Partial Least Square* (PLS) untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. *Partial Least Square* (PLS) merupakan bagian dari pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang mengalami pergeseran dari yang berbasis kovarian menjadi berbasis varian. *Structural Equation Modeling* (SEM) sendiri merupakan suatu metode yang digunakan untuk menutupi kelemahan yang terdapat pada metode regresi.

Partial Least Square (PLS) merupakan pendekatan yang tidak mengansumsikan data arus dengan pengukuran skala tertentu dapat berupa nominal, ordinal, interval, rasio dan kategori (*distribution free*). Sehingga *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis yang powerfull. Dalam penggunaan *Partial Least Square* (PLS) sebagai teknik analisis data, pendekatan ini tidak mensyaratkan jumlah sampel minimum yang akan digunakan. Hal ini dikarenakan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan metode *bootstraping* atau penggandaan secara acak yang mana asumsi normalitas tidak akan menjadi masalah. Sehingga sampel penelitian kecil tetap dapat menggunakan *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* (PLS) digolongkan jenis non-parametrik oleh karena itu dalam pemodelan PLS tidak diperlukan data dengan distribusi normal.

Analisis *Partial Least Square* (PLS) terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut *outer model* dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut *inner model*. Model pengukuran

digunakan untuk uji validitas dan uji reabilitas, sedangkan model struktur digunakan untuk menguji kausalitas atau pengujian hipotesis dengan model prediksi. Kedua model pengujian dapat dilakukan secara langsung.

Estimasi parameter yang didapat dengan *Partial Least Square* (PLS) dapat dikategorikan sebagai berikut: kategori pertama, adalah *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan skor variabel laten. Kedua, mencerminkan estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan variabel laten dan antar variabel laten dan blok indikatornya (*loading*). Kategori ketiga adalah berkaitan dengan means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi) untuk indikator dan variabel laten. Untuk memperoleh ketiga estimasi tersebut, *Partial Least Square* (PLS) menggunakan proses iterasi tiga tahap dan dalam setiap tahapnya menghasilkan estimasi sebagai berikut:

- 1) Menghasilkan *weight estimate*
- 2) Menghasilkan estimasi untuk inner model dan outer model
- 3) Menghasilkan estimasi means means dan lokasi (konstanta)⁴⁶

1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif, yaitu analisis empiris secara deskripsi tentang informasi yang diperoleh untuk memberikan gambaran/menguraikan tentang suatu kejadian (siapa/apa, kapan, dimana, bagaimana, berapa banyak) yang dikumpulkan dalam penelitian. Data tersebut berasal dari jawaban yang

⁴⁶ Helen Alvionita, “Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Komitmen Organisasi Dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Moderasi” (Pekan Baru, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022), hlm.47-49.

diberikan oleh responden atas item-item yang terdapat dalam kuisioner/angket. Selanjutnya peneliti akan mengolah data-data yang ada dengan cara dikelompokkan dan ditabulasikan kemudian diambil rata-rata (*mean*) kemudian diberikan penjelasan.⁴⁷

2. Uji Model Pengukuran atau Outer Model

Analisis outer model atau model pengukuran menunjukkan bagaimana hubungan variabel laten dengan indikatornya. Analisis ini untuk memastikan bahwa ukuran (*measurement*) yang digunakan layak dijadikan pengukur atau valid dan reliabel. Evaluasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan pendekatan MTMM (*MultiTrait-MultiMethod*) dengan menguji *convergent validity* dan *discriminant validity*. Sedangkan uji

reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

a. Uji Validitas

1) *Convergent validity*

Convergent validity adalah indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* dengan *construct score*, yang dapat dilihat dari *standardized factor* yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran dengan konstruk. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika

⁴⁷ Kiki Kurniati, "Pengaruh Wawasan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Bagian Produksi" (Pekanbaru, Universitas Islam Riau, 2020), hlm.50-52.

berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Menurut Ghazali dan Laten (2015) nilai outer loading 0,50-0,60 masih bisa diterima.

Selain melihat nilai outer loading atau loading factor untuk mengevaluasi *convergent validity*. *Convergent validity* juga dapat devaluasi dengan mempertimbangkan pembebanan luar indikator dan rata-rata varians yang diestraksi (AVE). Model dikatakan mempunyai *convergent validity* yang cukup baik, jika nilai AVE (*square of Average Variance Extracted*) lebih dari 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa secara rata-rata konstruk menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikatornya.

2) *Discriminant validity*

Discriminant validity merupakan model pengukuran dengan indikator reflektif yang dilihat pada cross loading antara indikator dengan konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya.

Metode lain yang digunakan untuk menilai discrimination validity adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE (*square of Average Variance Extracted*). Model dikatakan mempunyai discriminant validity yang cukup baik jika akar AVE

untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya atau yang biasa dikenal dengan kriteria Fornell Locker.

Nilai AVE yang diharapkan > 0.5. Rumus untuk menghitung AVE :

$$AVE = \frac{(\sum \lambda_i^2) var F}{(\sum \lambda_i^2) var F + \sum \theta_{ii}}$$

Dimana:

λ_i adalah *factor loading*

F adalah *factor variance*

θ_{ii} adalah *error variance*

- 3) *Composite reliability*. Data yang mempunyai composite reliability > 0.7 memiliki reabilitas yang tinggi. Uji reabilitas diperkuat dengan *cornbach's alpha*, dengan nilai yang diharapkan > 0.7 untuk semua konstruk.⁴⁸ Untuk mengukur *Composite Reliability* sebagai berikut:

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2 var F}{(\sum \lambda_i)^2 + var F + \sum \theta_{ii}}$$

Dimana:

λ_i adalah *factor loading*

F adalah *factor variance*

θ_{ii} adalah *error variance*

⁴⁸ I Made Anom Arya Pering, "Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (SEM) SMATR-PLS 3.0", dalam *Jurnal Satyagraha*, Vol. 03 No. 02, Agustus 2020-Januari 2021, hlm. 35-36.

Sedangkan untuk menghitung *cornbach's alpha* dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{\sum p \neq p' \text{ cor}(x p q . x p' q)}{P_q + \sum p \neq p' \text{ cor}(x p q . x p' q)} \times \frac{P_q}{P_q - 1}$$

Dimana:

P_q adalah jumlah indikator atau manifest variable

q adalah blok indikator

b. Uji Reliability

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Pengujian dilakukan untuk membuktikan akurasi, konstitensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Uji realibilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dapat dilakukan dengan dua metode yaitu composite realibility dan cronbach alpha. Dalam pengukuran tersebut jika nilai yang dicapai adalah brsae dari 0,70 maka konstruk tersebut dapat dikatakan reliable.

3. Uji Model Struktural atau Inner Model

Model struktural (Inner model) digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variable laten, model struktural menggambarkan hubungan antar variable laten yang telah dibangun berdasarkan substantive theory. Uji model struktural dapat dievaluasi dengan menggunakan.

a. R-square

R-square pada konstruk endogen (variable dependen), perubahan nilai pada R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh

variabel eksogen (independen) tertentu terhadap variabel endogen (dependen). Dimana penginterpretasiannya sama dengan interpretasi pada regresi.

b. Estimate for path coefficient

Uji ini dilakukan dengan metode bootstrapping untuk melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T-statistik.

c. Model fit

Uji model fit digunakan untuk mengukur kecocokan model. Pengujian kesesuaian atau kecocokan model sangat penting untuk melihat seberapa cocok model yang dibangun untuk digunakan dalam penelitian. Pengujian model fit biasanya melihat pada Standardized Root Mean Square Residual (SRMR). SRMR menilai rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan diharapkan. Selain itu juga dapat melihat nilai Normed Fit Index (NFI).

d. Q-square

Prediction relevance (Q square) atau yang lebih dikenal dengan *Stone Geisser*. Nilai *Q-Square* digunakan untuk melihat seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan model dan estimasi parameternya. Nilai *Q-Square* lebih besar dari 0(>0) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance, sedangkan apabila nilai *Q-square* kurang dari 0(<0), maka menunjukkan bahwa model kurang memiliki predictive relevance.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai T-statistik dan nilai probabilitas.

Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika $t\text{-statistik} > 1,96$. Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a di terima jika nilai $p < 0,05$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Umum Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 Hijriah menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia (BNI), dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ke tiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing ditingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, Universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil'Alamin*).

2. VISI

Menjadi top 10 Bank Syariah global berdasarkan kapitalis pasar dalam waktu 5 tahun

3. MISI

- a. Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia. Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset di tahun 2025.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, top 5 bank yang paling profitable di Indonesia dan valuasi kuat.
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

4. Ruang Lingkup BSI KC Padangsidimpuan

Tepat tanggal satu Februari yang lalu publik telah menyaksikan sejarah baru perkembangan ekonomi syariah dibidang perbankan dengan bersatunya tiga bank syariah besar yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah. Pilihan merger tiga bank syariah merupakan hasil Kajian Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan syariah yang telah dibentuk oleh pemerintah dalam rangka mendukung pembangunan ekonomi nasional dan mendorong percepatan pengembangan sektor keuangan syariah, pemerintah secara khusus mendirikan KNKS pada tanggal 8 November agar dapat

meningkatkan efektifitas, efisiensi pelaksanaan rencana pembangunan nasional bidang keuangan dan ekonomi syariah. Selanjutnya sejak diundangkan tanggal 10 Februari 2020, pemerintah melakukan perubahan Komite Nasional Keuangan syariah menjadi Komite Nasional Ekonomi dan keuangan syariah yang bertujuan meningkatkan pembangunan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah guna mendukung pembangunan ekonomi nasional.

Pilihan untuk melakukan merger tiga bank syariah yang kemudian bertransformasi menjadi Bank Syariah Indonesia, tentu bukanlah pilihan yang mudah. Tujuan untuk menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah diantaranya bank Syariah yang mampu bersaing di pasar global.

Keputusan untuk melakukan menimbulkan respon yang berbeda-beda diantara para pakar dan pelaku ekonomi syariah, ada yang pro dan juga ada yang kontra. Dalam salah satu diskusi yang digagas Himpunan Ilmuwan dan Sarjana Syariah beberapa waktu yang lalu, salah seorang pembicara menyatakan bahwa salah satu problem yang mungkin akan timbul sebenarnya dari tujuan yang ingin dicapai dalam rangka meningkatkan market standing bank syariah bukanlah merger, akan tetapi penambahan modal salah satu bank syariah agar mampu melakukan ekspansi pasar, selain itu adalah komitmen pemerintah untuk menggunakan jasa perbankan syariah dalam pelaksanaan anggaran belanja baik pusat maupun daerah, kalau saja ditetapkan presentase tertentu dari pelaksanaan anggaran dan

pendapatan belanja baik pusat maupun daerah maka sudah dapat dipastikan market standing bank syariah akan naik secara signifikan.

Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan merupakan kantor cabang Bank Syariah Indonesia merger-an dari Bank Negara Indonesia (BRI) Syariah. Pada bagian *banking* terdapat *Customer Service* (CS), kemudian disusul oleh satu karyawan *Branch Operation & Service Manager* (BOSM), karyawan *Teller*, kemudian pada lantai dua dalam BSI KC Padangsidempuan terdapat karyawan *Consumer Business Staff*, lalu disusul satu karyawan *back Office*, kemudian *Branch Manager*.

5. Lokasi BSI KC Padangsidempuan dan Wilayah Kerja BSI KC Padangsidempuan

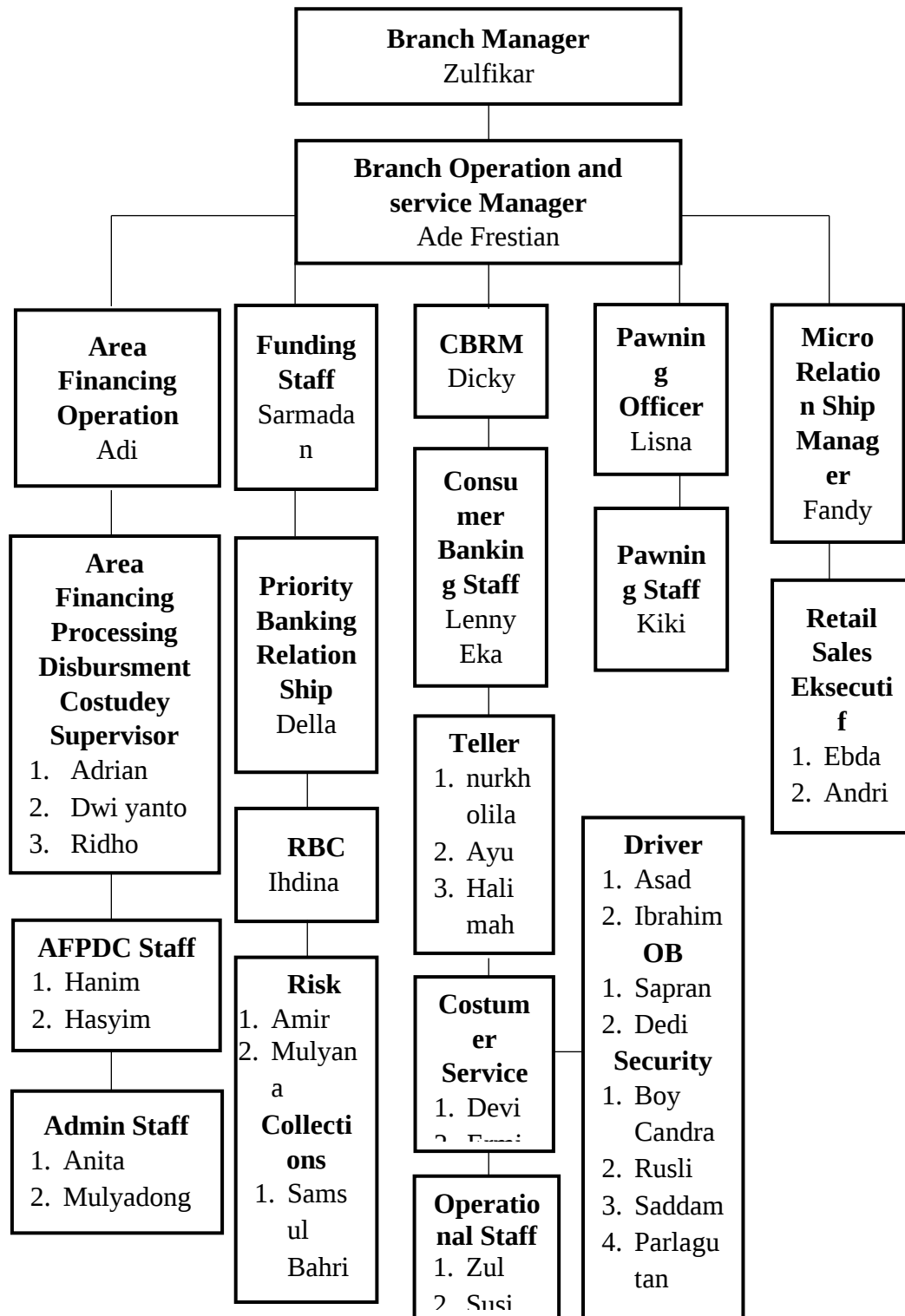
Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan berada di pusat kota yang beralamat di Jalan Sudirman No. 49, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara.

Wilayah kerja Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan berada di lingkungan kota Padangsidempuan. Baik pada Kecamatan Padangsidempuan Selatan, Padangsidempuan Tenggara, dan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan juga mencakup wilayah Kabupaten Tapanuli Selatan.

6. Struktur Organisasi BSI KC Padangsidempuan

Gambar IV.1

Struktur Organisasi



7. Pembagian tugas dan unit kerja

Berdasarkan struktur organisasi, maka deskripsi tugas yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

a. Pimpinan (Branch Manager)

Branch Manager merupakan seseorang yang mengarahkan serta memimpin kantor cabang ditempat kedudukannya dan bertindak atas nama direksi baik di dalam maupun di luar perusahaan dalam kegiatan usaha bank. Adapun yang menjadi tugas pemimpin cabang adalah sebagai berikut:

- 1) Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (micro, business banking, consumer), pendanaan, FBO, contribution margin dan laba bersih yang ada lokasi yang berada dalam koordinasinya.
- 2) Menggali potensi bisnis di lokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portofolio pembiayaan, penghimpunan dana pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif, peningkatan pendapatan non operasional.
- 3) Memastikan segala aktifitas operasional memenuhi ketentuan dan prudensialitas.

b. Branch Operation & Service Manager (BOSM)

Branch Operation & Service Manager (BOSM) seseorang yang memastikan tenaga kerja dan perusahaan untuk beroperasi dengan baik

setiap harinya. Adapun yang menjadi tugas dari pemimpin operasional cabang adalah sebagai berikut:

- 1) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
- 2) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai.

c. Consumer Bussiness Staff

Consumer Bussiness Staff seseorang dalam lembaga keuangan bank yang berada pada bagian pembina pembiayaan dan bertugas untuk memproses calon nasabah yang akan diberikan pembiayaan. Adapun yang menjadi tugas account officer adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun program kerja pemasaran pembiayaan secara individual.
- 2) Memasarkan produk pembiayaan.
- 3) Melakukan cross selling terhadap produk dan jasa bank lainnya.
- 4) Memastikan kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan.
- 5) Melakukan inspeksi on the spot ke lokasi usaha pemohon pembiayaan dan mencari segala informasi yang dibutuhkan untuk pemrosesan permohonan pembiayaan.
- 6) Memproses permohonan pembiayaan yang memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan hingga sampai tahap akan diputuskan oleh Pemutus Pembiayaan.
- 7) Melaksanakan maintenance supervisi dan monitoring pembiayaan yang dikelola.

- 8) Melaksanakan penagihan pembiayaan performing
- 9) Melaksanakan koordinasi dengan unit kerja lain dalam pengelolaan pipeline, proses, monitoring, dan penyelamatan/penyelesaian pembiayaan.
- 10) Memproses permohonan restrukturisasi pembiayaan yang memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan.
- 11) Menerbitkan laporan-laporan terkait dengan pelaksanaan tugasnya.
- 12) Melaksanakan kepatuhan kebijakan, sistem, dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan standard operating procedure di unit kerjanya.
- 13) Menindaklanjuti temuan audit.
- 14) Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip CGC dalam rangka terciptanya standar tata kelola Good Corporate Governance.
- 15) Menerapkan pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya penerapan manajemen risiko yang baik dan benar.
- 16) Mengontrol pengelolaan dokumen, arsip, dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset.
- 17) Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan.
- 18) Menerapkan kegiatan budaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan.
- 19) Mengelola keterbukaan informasi di unit kerjanya untuk menjaga rahasia jabatan dan rahasia Bank sesuai dengan ketentuan berlaku.

d. *Customer Service*

Customer service merupakan seseorang yang memberi layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, cross selling, dan membantu nasabah dalam penyelesaian masalah. Adapun yang menjadi tugas customer service adalah sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan Standar Layanan di *Front Office*.
- 2) Memberikan informasi produk dan jasa BSM kepada nasabah. b.
Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito, serta keluhan nasabah.

e. *Teller*

Teller merupakan seseorang yang memberikan layanan transaksi baik bersifat tunai maupun non tunai kepada nasabah. Adapun yang menjadi tugas teller adalah sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan Standar Layanan di *Front Office*.
- 2) Mengelola kas saldo teller sesuai dengan limit yang ditentukan.
- 3) Memproses transaksi tunai dan non tunai termasuk warkat warkat sesuai dengan batas kewenangannya.
- 4) Melakukan verifikasi dan menandatangani warkat transaksi.
- 5) Meyakini kebenaran dan keaslian uang tunai/bank notes dan warkat berharga.
- 6) Melakukan pengisian uang tunai ke kaset mesin ATM.
- 7) Menyortir uang yang tidak layak beredar (rusak).

f. *Back Office /operation staff*

Back Office merupakan seseorang yang bertugas mengurus laporan laporan penjualan, keuangan maupun masalah administrasi, dan tidak secara langsung melayani konsumen. Adapun yang menjadi tugas back office adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat nota pembukuan transaksi (amortisasi dan posting).
- 2) Melaksanakan kegiatan administrasi, evaluasi, dan klarifikasi pelimpahan dan pelaporan penerimaan negara.
- 3) Melaksanakan kegiatan kliring.
- 4) Melaksanakan kegiatan pengelolaan infrastruktur untuk menjaga kualitas infrastruktur.
- 5) Melaksanakan pengelolaan kebutuhan operasional (ATK dan BBC) unit kerja untuk mendukung operasional.
- 6) Melaksanakan analisa permohonan dana promosi.
- 7) Melaksanakan analisa permohonan CSR.
- 8) Mencetak dokumen pencairan pembiayaan yang disampaikan oleh Unit Kerja yang mengelola Legal Administrasi Kredit.
- 9) Memelihara dan menyimpan bundle asli dokumen pembiayaan dan asli agunan/*covernote* notaris sebelum diserahkan/dikirim ke Unit Kerja yang mengelola Legal Administrasi Kredit.
- 10) Membuat serah terima asli dokumen dan agunan pembiayaan ke Unit Kerja yang mengelola Legal Administrasi Kredit.

- 11) Melakukan penginputan Hak Tanggungan Online (apabila ditunjuk sebagai user).
- 12) Membuat surat permohonan dan pengiriman deklarasi pertanggungan untuk pembiayaan yang belum host to host.
- 13) Sebagai petugas multifungsi pelaksana dan pengganti.
- 14) Menyusun laporan yang berkaitan dengan bidang tugasnya.
- 15) Menindaklanjuti temuan audit.
- 16) Melaksanakan pengelolaan risiko dalam rangka terciptanya penerapan manajemen risiko yang baik dan benar.
- 17) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip, dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset.
- 18) Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan.
- 19) Menerapkan kegiatan biudaya pelayanan dalam rangka terciptanya kualitas layanan.
- 20) Menerapkan keterbukaan informasi di unit kerjanya untuk menjaga jabatan dan rahasia Bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku.⁴⁹

g. *Area Financing Operation*

- 1) Melakukan verifikasi dokumen untuk pemenuhan persyaratan pembiayaan.
- 2) Melakukan verifikasi penggunaan kewenangan memutus pembiayaan oleh pemegang limit wewenang memutus pembiayaan.

⁴⁹Hery, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. (Jakarta: PT Grasindo 2019), hal. 104.

3) Melakukan fungsi administrasi pembiayaan.

h. *Regional Business Control*

- 1) Mengukur dan memeriksa kinerja dan pertumbuhan perusahaan
- 2) Memilih dan menentukan metode akuntansi yang digunakan.
- 3) Mengawasi proses pelaksanaan akuntansi keuangan dan manajemen.

i. *Risk*

- 1) Melakukan identifikasi risiko finansial, keselamatan dan keamanan perusahaan.
- 2) Menyiapkan rencana untuk mengurangi risiko perusahaan.
- 3) Menggali informasi keuangan klien seperti pendapatan, aset dan utang.
- 4) Berperan dalam mengelola kebijakan asuransi perusahaan.
- 5) Melakukan evaluasi risiko.
- 6) Menetapkan berbagai kebijakan terkait jumlah risiko yang diambil perusahaan.
- 7) Memberikan penjelasan kemungkinan risiko eksternal yang bisa terjadi.
- 8) Membangun kesadaran risiko terhadap seluruh staf perusahaan

j. *Collections*

- 1) membantu mengingatkan para customer terkait tagihan dan kewajiban pembayaran yang akan atau sudah jatuh tempo hal ini bertujuan untuk menjaga nama baik nasabah itu sendiri.

k. *Pawning Officer & Staff*

- 1) Memastikan pencapaian target bisnis Gadai Emas BSI yang telah ditetapkan
- 2) Memastikan akurasi penaksiran barang jaminan.
- 3) Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai.
- 4) Menindaklanjuti permohonan pembiayaan gadai sesuai ketentuan yang berlaku.

l. *Funding*

- 1) Melakukan aktifitas sales seperti presentasi, canvassing, dan menjelaskan produk, biaya serta program guna mencapai target pencairan.
- 2) Mengumpulkan aplikasi pembukaan rekening nasabah sesuai ketentuan dan SLA.
- 3) Maintenance nasabah pendanaan untuk top up saldo.

m. *Micro*

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis, yaitu pembiayaan, pendanaan dan *fee based*.
- 2) Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi *performing*, *financing* dan *maintenance* terhadap seluruh nasabah segmen mikro.
- 3) Memastikan pelaksanaan penagihan, restrukturisasi dan *recovery* nasabah kol 1 sampai dengan *write off* sesuai target yang ditetapkan.
- 4) Melakukan verifikasi usaha, kelayakan usaha dan penilaian agunan.

- 5) Melakukan penginputan pada sistem aplikasi financing approval system (FAS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 6) Membuat Nota Analisa Pembiayaan (NAP) melalui sistem FAS atau manual berdasarkan hasil verifikasi dan penilaian agunan.
- 7) Memastikan dokumen pembiayaan telah dilengkapi sebelum fasilitas dicairkan berdasarkan checklist yang telah disepakati.
- 8) Melakukan input data pembiayaan di dalam sistem dengan benar dan akurat.
- 9) Mencetak dokumen-dokumen pembiayaan.
- 10) Melakukan pencapaian penjualan sesuai target bisnis yang ditentukan.
- 11) Mengoptimalkan upaya pemasaran dan penjualan produk outlet mikro kepada calon nasabah mikro.
- 12) Memastikan adanya pengajuan BI *Checking* untuk verifikasi profil calon nasabah.

n. Area SME RM

- 1) Memasarkan produk dan mencari peluang pasar segmen Business Banking kepada calon nasabah baru dalam rangka pencapaian target ekspansi pembiayaan, dana dan *fee based*.
- 2) Membina dan mengembangkan *relationship* dengan nasabah untuk memantau dan mempertahankan kualitas pembiayaan dari debitur yang menjadi kelolaannya untuk mencapai pertumbuhan portofolio pembiayaan yang sehat dan tingkat profitabilitas yang tinggi dengan

analisa pembiayaan yang *comprehensive* dan akurat sesuai ketentuan yang berlaku.

o. *Priority Banking*

- 1) *Priority banking* memiliki tugas dan tanggung jawab serta kewenangan untuk merencanakan, mengevaluasi, dan melaksanakan kegiatan pemasaran produk dan jasa serta pembinaan nasabah prioritas di sentra layanan BSI prioritas dengan memberikan layanan prima dan senantiasa mempertimbangkan tingkat profitabilitas account berdasarkan prinsip kehati-hatian dalam upaya mencapai target yang telah ditetapkan.

p. *Driver*

- 1) Mengantar/menjemput pegawai yang dinas luar dan yang terkait dengan hal tersebut.
- 2) Menjamin kendaraan dinas / kendaraan operasional selalu siap pakai dengan memeriksa perlengkapan kendaraan, oli, air radiator, ban, kunci-kunci, dan yang lain terkait hal tersebut.

q. *Office Boy*

- 1) Menjaga kebersihan di lingkungan/ kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.
- 2) Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam bekerja.
- 3) Membantu *frontliner* dalam hal fotokopi dokumen dan yang terkait dengan operasional bank.

r. *Security*

- 1) Menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan/kawasan kerjanya.
- 2) Melaksanakan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang telah ditetapkan.
- 3) Melaksanakan tugas pengawalan uang/ barang berharga/ dokumen penting.

B. Deskripsi Data Penelitian

Hasil analisis karakteristik responden sebanyak 97 nasabah Bank Syariah Indonesia terbagi menjadi kelompok jenis kelamin dan usia. Karakteristik tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 97 responden diperoleh dua kelompok jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel IV.1

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	31	31%
2.	Perempuan	66	69%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel IV.1 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini lebih banyak responden berjenis kelamin perempuan dengan frekuensi yaitu

sebanyak 66 orang dan karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki yaitu 31 orang.

2. Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 97 responden diperoleh sebagai berikut:

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1.	17 Tahun	2	2%
2.	19 Tahun	2	2%
3.	20 Tahun	7	8%
4.	21 Tahun	28	29%
5.	22 Tahun	36	37%
6.	23 Tahun	10	10%
7.	24 Tahun	3	3%
8.	25 Tahun	5	6%
9.	26 Tahun	1	1%
10.	27 Tahun	2	2%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel IV.2 diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia. Pada penelitian ini dapat responden dengan usia 17 tahun sebanyak 2 orang, responden dengan usia 19 tahun sebanyak 2 orang, responden dengan usia 20 tahun sebanyak 7 orang, responden dengan usia 21 tahun sebanyak 28 orang, responden dengan usia 22 tahun sebanyak 36 orang, responden dengan usia 23 tahun sebanyak 23 tahun sebanyak 10 orang, responden dengan usia 24

tahun sebanyak 3 orang, responden dengan usia 25 tahun sebanyak 5 orang, responden dengan usia 26 tahun sebanyak 1 orang dan responden dengan usia 27 tahun sebanyak 2 orang.

3. Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban deskripsi jawaban atas penyebaran angket/kuesioner yang telah dilakukan yang dimana variabel independen yaitu *accessibility* (X1) dan *competence* (X2). Variabel dependen yaitu *digital customer experience* (Y) pada nasabah Bank Syariah Indonesia yang diperoleh dari 97 responden. Variabel tersebut diukur dengan skala likert dimana skor terendah 1 (sangat Tidak Setuju) dan skor tertinggi 5 (Sangat Setuju). Perhitungan interval untuk kategori deskripsi adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	: 1,00-1,79
Tidak Setuju	:1,80-2,59
Kurang Setuju	:2,60-3,39
Setuju	:3,40-4,19
Sangat Setuju	:4,20-5,00

Tabel IV.3
Hasil penilaian Responden Terhadap Variabel
Digital Customer Experince (Y)

No	Item pernyataan	Rata-rata/ pernyataan	keterangan
Think			
1.	BSI telah memberikan informasi yang cukup mengenai layanan melalui berbagai saluran komunikasi	4,07	Setuju
Act			

2.	Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi sesuai dengan ekspektasi saya	4,01	Setuju
3.	BSI telah memberikan layanan digital perbankan dengan jelas dan informatif terkait dengan produk/fitur yang di sediakan	4,12	Setuju
Feel			
4.	Saya puas dalam menggunakan aplikasi layanan digital Bank Syariah Indonesia ketika bertransaksi	4,06	Setuju
5.	Saya merasa aman dan merasa terjamin saat bertransaksi menggunakan BSI mobile	4,10	Setuju
Sense			
6.	Aplikasi mobile banking BSI memudahkan saya untuk melakukan transaksi perbankan sehari-hari tanpa harus mengunjungi kantor cabang	4,17	Setuju
7.	Aplikasi BSI menyediakan berbagai fitur yang memenuhi kebutuhan saya	4,08	Setuju
8.	Pengalaman saya menggunakan mobile banking sangatlah nyaman, mudah difahami, dan mudah digunakan	4,07	Setuju
9.	Saya merasa BSI terus meningkatkan pengalaman digital dengan memperkenalkan fitur-fitur baru kepada nasabah.	4,03	Setuju
Relationship			
10	Layanan yang diberikan BSI responsif dan selalu siap membantu jika saya mengalami masalah dalam aplikasi	3,93	Setuju

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan dari tabel IV.3 diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah oleh nasabah Bank Syariah Indonesia adalah pernyataan No.2 terkait indikator *act* terhadap digital customer experience.

Tabel IV.4

Hasil penilaian Responden Terhadap Variabel Accessibility (X1)

No	Item pernyataan	Rata-rata/ pernyataan	keterangan
Kemudahan			
1.	BSI telah memudahkan nasabah untuk bertransaksi seperti mengambil uang, mentransfer dan melakukan pembayaran lainnya melalui mesin ATM yang telah disediakan	4,16	Setuju
2.	Fitur-fitur di aplikasi BSI mobile lengkap dan memadai untuk kebutuhan saya dalam bertransaksi perbankan	4,02	Setuju
3.	Mesin Atm yang disediakan BSI sangat membantu saya saat bertransaksi	4,14	Setuju
4.	Saya merasa bahwa BSI memperhatikan kebutuhan aksesibilitas dalam pelatihan dan dukungan mereka kepada staf, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada semua nasabah.	3,90	Setuju
Kenyamanan			
5.	BSI telah aktif dalam melakukan upaya yang memadai untuk meningkatkan akses bagi semua kalangan nasabah	4,05	Setuju
6.	Saya merasa BSI telah memberikan layanan digital dengan baik dan cepat	4,05	Setuju

7.	Sistem keamanan di platform digital BSI membuat saya merasa aman dalam bertransaksi	4,11	Setuju
8.	Saya jarang mengalami gangguan teknis saat menggunakan layanan digital BSI	3,74	Setuju
Waktu			
9.	Aplikasi Mobile banking mudah difahami dan mudah digunakan kapan saja dan dimana saja	4,16	Setuju
10.	Proses transaksi digital di BSI cepat dan efisien	4,04	Setuju

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan dari tabel IV.4 diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah oleh nasabah Bank Syariah Indonesia adalah pernyataan No.8 terkait indikator kenyamanan terhadap digital customer experience.

Tabel IV.5

Hasil penilaian Responden Terhadap Variabel Competence (X2)

No	Item Pernyataan	Rata-rata/ pernyataan	Keterangan
Pengetahuan			
1.	Saya percaya pada kompetensi yang dimiliki oleh staf BSI dalam mengelola keuangan saya	3,94	Setuju
2.	BSI memberikan panduan yang jelas mengenai penggunaan layanan perbankan digital	4,03	Setuju
Sikap			
3.	Staf Bank Syariah Indonesia kompeten dalam memberikan bantuan terkait masalah teknis di aplikasi digital	3,92	Setuju
4.	BSI sudah cukup baik dalam memberikan edukasi kepada seluruh kalangan nasabah terkait	4,05	Setuju

	layanan digital Bank Syariah Indonesia		
5.	Layanan customer service BSI responsif terhadap masalah yang saya hadapi di platform digital.	4,06	Setuju
6.	Saya merasa puas dengan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh BSI	4,12	Setuju
Motif			
7.	Inovasi digital yang diterapkan oleh BSI sangat membantu aktivitas perbankan saya	3,95	Setuju
8.	BSI memiliki reputasi yang baik di industri perbankan syariah, didukung oleh integritas dan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah.	4,08	Setuju
Sifat			
9.	Saya merasa staf BSI memiliki sifat yang ramah dan profesional kepada nasabah saat melayani	4,07	Setuju
Keterampilan			
10.	Saya percaya bahwa BSI mampu memberikan solusi keuangan yang inovatif dan sesuai dengan perkembangan jaman.	4,09	Setuju

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan dari tabel IV.5 diatas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah oleh nasabah Bank Syariah Indonesia adalah pernyataan No.3 terkait indikator sikap terhadap digital customer experience.

C. Interpretasi Hasil PLS

Interpretasi hasil pengolahan data penelitian dengan menggunakan metode PLS dimana alat bantu pengolahan data menggunakan *software* Smart PLS versi 3.0.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generasi. Analisis deskriptif juga bertujuan untuk menunjukkan nilai maximum, minimum, dan standar deviation dari data yang sudah terkumpul.

Tabel IV.6

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Indikator	Median	Minimum	Maximum	Standard Deviation	Mean
DCE1	4	1	5	0.750	4.072
DCE2	4	1	5	0.902	4.010
DCE3	4	1	5	0.722	4.124
DCE4	4	1	5	0.859	4.062
DCE5	4	1	5	0.805	4.106
DCE6	4	1	5	0.885	4.175
DCE7	4	1	5	0.786	4.083
DCE8	4	1	5	0.815	4.072
DCE9	4	1	5	0.779	4.031
DCE10	4	1	5	0.823	3.938
Digital Customer Experience (Y)				8,126	40.673
A1	4	1	5	0.837	4.167
A2	4	1	5	0.825	4.021
A3	4	1	5	0.750	4.146
A4	4	1	5	0.805	3.906
A5	4	1	5	0.765	4.052
A6	4	1	5	0.769	4.052
A7	4	1	5	0.744	4.113
A8	4	1	5	0.865	3.742
A9	4	1	5	0.755	4.165
A10	4	1	5	0.828	4.042
Accssesiility (X1)				7,943	40.406

C1	4	1	5	0.817	3.948
C2	4	1	5	0.843	4.031
C3	4	1	5	0.832	3.927
C4	4	1	5	0.795	4.052
C5	4	1	5	0.715	4.062
C6	4	1	5	0.722	4.124
C7	4	1	5	0.824	3.959
C8	4	1	5	0.808	4.082
C9	4	1	5	0.763	4.072
C10	4	1	5	0.747	4.093
Competence (X2)				7,866	40.350

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel IV.6 dapat dijelaskan bahwa masing-masing indikator dari variabel digital customer experience memiliki nilai median sebesar 4, dan memiliki nilai minimum sebesar 1, serta memiliki nilai maximum sebesar 5. Rata-rata dari variabel Digital Customer Experience adalah 40,67 dan standar deviasinya sebesar 8,13. Untuk masing-masing indikator dari variabel accessibility memiliki nilai median sebesar 4, dan memiliki nilai minimum sebesar 1, serta memiliki nilai maximum sebesar 5. Rata-rata dari variabel Accessibility adalah 40,40 dan standar deviasinya sebesar 7,94. Dan untuk masing-masing indikator dari variabel Competence memiliki nilai median sebesar 4, dan memiliki nilai minimum sebesar 1, serta memiliki nilai maximum sebesar 5. Rata-rata dari variabel Competence adalah 40,35 dan standar deviasinya sebesar 7,87.

2. Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian *outer model* bertujuan untuk memverifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dengan kata lain *outer*

models mendefinisikan setiap indikator yang berhubungan dengan variabel latennya.

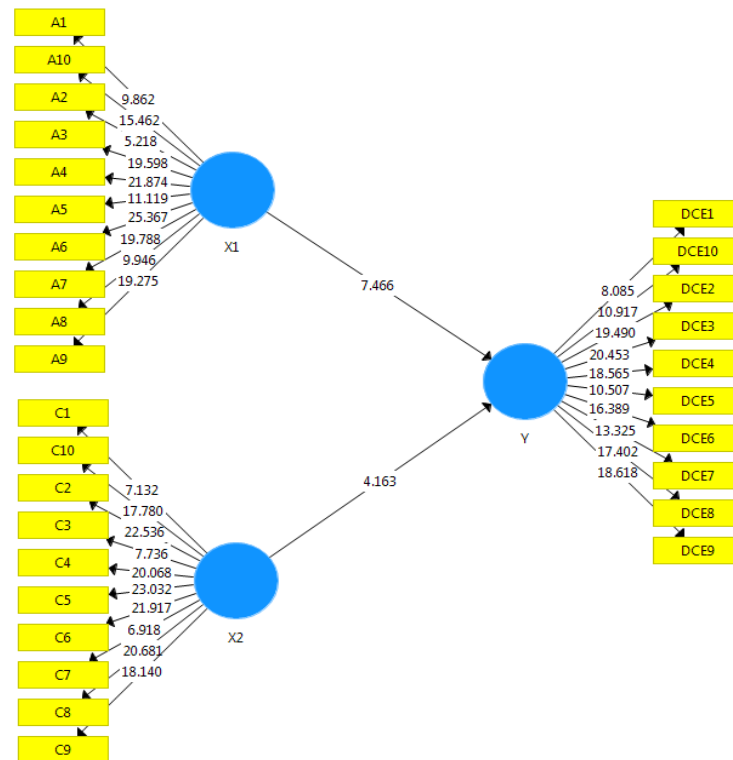
a. *Convergent Validity*

Uji Validitas *convergent* indikator reflektif dengan program SmartPLS dapat dilihat dari *loading factor* untuk setiap indikator konstruk. *Rule of thumb* yang biasa digunakan untuk menilai validitas *convergent* yaitu nilai *loading factor* harus lebih besar dari 0,7 serta nilai *average variance extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0,5. Namun untuk tahapan awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai *loading factor* 0.5-0.6 masih dianggap cukup.⁵⁰

Hasil dari desain model dan *input* data dapat dilihat sebagai berikut:

⁵⁰ Imam Ghozali, Partial Least Squares (Konsep, teknik dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS..., (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 2021, hlm. 68.

Gambar IV.2

Hasil Desain Model dan *Input Data*

Idealnya nilai dari loading factor/ *outer loading* memiliki nilai lebih besar dari 0,70. Namun di dalam buku Hair tentang Smart PLS dikatakan apabila kondisi ternyata nilai 0,70 itu tidak banyak dan selama kita melakukan penelitian sesuai dengan prosedur yang telah sesuai atau baik, bahkan selama *loading* faktornya masih di atas 0,40 maka masih tetap bisa/ dapat dilakukan.⁵¹

⁵¹<https://www.repository.uinjkt.ac.id> diakses pada 6 September 2022 pukul 11:00 WIB

Tabel IV.7
Hasil Outer Loading

	X1	X2	Y
A1	0,774		
A10	0,817		
A2	0,701		
A3	0,863		
A4	0,858		
A5	0,788		
A6	0,879		
A7	0,846		
A8	0,706		
A9	0,841		
C1		0,729	
C10		0,826	
C2		0,861	
C3		0,763	
C4		0,855	
C5		0,867	
C6		0,875	
C7		0,756	
C8		0,852	
C9		0,845	
DCE1			0,759
DCE10			0,780
DCE2			0,830
DCE3			0,874
DCE4			0,842
DCE5			0,760
DCE6			0,842
DCE7			0,796
DCE8			0,858
DCE9			0,847

Sumber: Data diolah, 2024

Setelah melakukan analisis data, indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabelnya ternyata seluruh variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai diatas 0,5. Sehingga seluruh nilai

estimasi dari seluruh indikator reflektif yang terdapat pada penelitian ini sudah dikatakan memiliki validitas yang baik.

b. *Discriminant Validity*

Cara untuk menguji validitas *discriminant* dengan indikator reflektif yaitu dengan melihat *cross loading* untuk setiap variabel harus $> 0,7$. Cara lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas *discriminant* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa kecukupan dari validitas yang baik bagi variabel laten.⁵² Nilai dari *discriminant validity* dapat dilihat pada nilai *cross loading* sebagai berikut:

Tabel IV.8

Hasil Uji *Discriminant Validity*

	<i>Accessibility (X1)</i>	<i>Competence (X2)</i>	<i>Digital Customer Experience (Y)</i>
A1	0,774	0,636	0,732
A10	0,817	0,717	0,724
A2	0,701	0,683	0,627
A3	0,863	0,702	0,825
A4	0,858	0,789	0,800
A5	0,788	0,678	0,720
A6	0,879	0,759	0,797
A7	0,846	0,690	0,785
A8	0,706	0,654	0,661
A9	0,841	0,687	0,765
C1	0,673	0,729	0,636
C10	0,757	0,826	0,841
C2	0,748	0,861	0,723

⁵² *Ibid.*, hlm. 69

C3	0,594	0,763	0,632
C4	0,689	0,855	0,740
C5	0,717	0,867	0,777
C6	0,759	0,875	0,776
C7	0,692	0,756	0,639
C8	0,774	0,852	0,771
C9	0,703	0,845	0,740
DCE1	0,674	0,693	0,759
DCE10	0,732	0,729	0,780
DCE2	0,796	0,705	0,830
DCE3	0,835	0,787	0,874
DCE4	0,740	0,729	0,842
DCE5	0,712	0,702	0,760
DCE6	0,735	0,702	0,842
DCE7	0,717	0,697	0,796
DCE8	0,827	0,762	0,858
DCE9	0,772	0,763	0,847

Sumber: data diolah, 2024

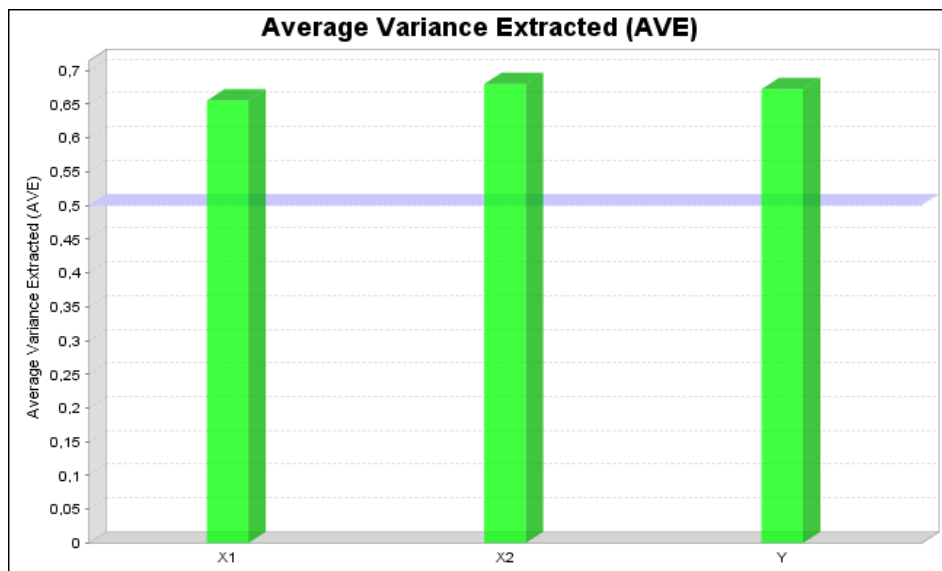
Berdasarkan tabel hasil uji *discriminan validity* dapat dilihat bahwa nilai *cross loading* untuk setiap indikator dari masing-masing variabel memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan variabel lainnya. Seperti pada nilai *cross loading* indikator variabel *Accessibility* memiliki pengaruh/nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada variabel *competence* dan variabel digital *customer experience*.

Nilai *cross loading* indikator variabel *competence* memiliki pengaruh/nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada variabel *accessibility* dan variabel digital *customer experience*. Begitu juga dengan nilai *cross loading* indikator variabel digital *customer experience* memiliki pengaruh/nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada variabel *accessibility* dan *competence*.

Nilai akar kuadrat *Average variance extracted* ($\sqrt{\text{AVE}}$) merupakan model lain yang dapat digunakan untuk menguji *discriminant validity*. Nilai AVE yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa kecukupan dari validitas yang baik bagi variabel laten. Hasil *average validity extracted* (AVE) dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar IV.3

Hasil Average Validity Extracted (AVE)



Sumber: Data diolah, 2024

Tabel IV.9
Hasil Average Validity Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Accessibility (X1)</i>	0,655
<i>Competence (X2)</i>	0,680
<i>Digital Customer Experience (Y)</i>	0,672

Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil tabel AVE diatas menunjukkan bahwa variabel *Accessibility (X1)* memiliki nilai sebesar 0,655, begitu juga variabel *Competence (X2)* memiliki nilai sebesar 0,680, demikian juga variabel *Digital Customer Experience (Y)* memiliki nilai sebesar 0,672. Jika dibandingkan dengan batas bawah yang ditentukan yaitu 0,5 sehingga dapat dikatakan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas yang baik.

c. Uji Reliabilitas

Variabel dapat dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *composite reability* $> 0,70$. Hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability* sebagai berikut:

Tabel IV.10
Hasil uji Composite Reliability

	Composite Reliability
<i>Accessibility</i>	0,950
<i>Competence</i>	0,955
<i>Digital Customer Experience</i>	0,953

Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil uji composite reliability diatas menunjukkan bahwa nilai variabel *accessibility (X1)* yaitu sebesar 0,950, sedangkan nilai variabel

Competence (X2) memiliki nilai composite reliability sebesar 0,955, kemudian nilai variabel Digital Customer Experience (Y) memiliki nilai composite reliability sebesar 0,953. Sehingga dapat dikatakan variabel dalam penelitian ini reliabel.

3. Analisis Model Struktural (*Inner Models*)

Analisis model struktural (*inner models*) diuji dengan melihat nilai R-Square pada variabel laten yang dapat menjelaskan seberapa besar variabel bebas dapat menerangkan terikat pada model.

a. R-Square

R-square merupakan populasi dari nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) dan dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhi (eksogen). Hasil R-square dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.11

Hasil R-Square dan R-Square Adjusted

	R Square	R Square Adjusted
<i>Digital Customer Experience (Y)</i>	0,883	0,880

Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil uji R-Square diatas nilai R^2 pada variabel Digital Customer Experience (Y) sebesar 0,883 yang berarti masuk kedalam kategori kuat dan dapat dijelaskan oleh variabel Accessibility (X1) dan variabel Competence (X2) sebesar 88,3% dan sisanya yaitu (100%-88,3%) yaitu sebesar 11,7%.

b. F-square

f-square (f^2) adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak dari suatu variabel mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel yang dipengaruhi (endogen). Hasil f^2 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.12
Hasil F-Square

	Accessibility (X1)	Competence (X2)	Digital Customer Experience (Y)
Accessibility (X1)			0,809
Competence (X2)			0,279
Digital Customer Experience (Y)			

Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil uji F-Square diatas menunjukkan bahwa variabel Accessibility (X1) terhadap variabel Digital Customer Experience memiliki nilai sebesar $f^2 = 0,809$ sedangkan variabel competence (X2) terhadap variabel Digital Customer Experience memiliki nilai sebesar $f^2 = 0,279$, sehingga dapat disimpulkan bahwa f^2 memiliki efek yang menengah dari variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Q-Square

setelah menentukan R^2 dan f^2 maka kita juga dapat melihat nilai Q-square. Hal ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa baik nilai dari observasi yang dihasilkan model dan juga estimasi parameternya. Model akan dikatakan *predictive relevance* jika memiliki nilai Q-square > 0. Begitu juga sebaliknya jika nilai Q-

square <0 maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut tidak memiliki *predictive relevance*. Nilai Q setara dengan nilai koefisien determinasi total pada analisis jalur (path analysis). Q-square memiliki tentang nilai sebesar $0 < Q^2 < 1$, jika nilai Q^2 semakin mendekati 1 maka model dapat dikatakan semakin baik. Hasil Q-square dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel IV.13
Hasil Q-Square

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Accessability (X1)	970,000	970,000	
Competence (X2)	970,000	970,000	
Digital Customer Experience(Y)	970,000	409,708	0,578

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel Q^2 diatas dapat dilihat bahwa nilai Q^2 sebesar 0,578 pada variabel Digital Customer Experience (Y). Maka nilai tersebut menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini memenuhi *predictive relevance*.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu dengan melihat nilai koefisien path atau inner dengan skor koefisien path atau inner model yang ditunjukkan oleh nilai T-statistik harus diatas 1,96 dengan signifikan 5%.

Tabel IV.14
Hasil Uji *Path Coefisien*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Accessibility - > Digital Customer Experience	0,612	0,604	0,082	7,466	0,000
Competence - > Digital Customer Experience	0,359	0,369	0,086	4,163	0,000

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel hasil pengujian *path coefficients* diatas diperoleh bahwa pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

- a. *Accessibility* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia, dimana nilai *path coefficients* sebesar 0,612 karena memiliki T-statistik yang lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 7,466 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa hipotesis alternatif diterima.
- b. *Competence* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia, dimana nilai *path coefficients* sebesar 0,359 karena memiliki T-statistik yang lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 4,163 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa hipotesis alternatif diterima.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan penyebaran angket yang ditujukan kepada nasabah pengguna Gadai Emas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Padangsidimpuan mengolah hasil jawaban dari responden dari angket yang peneliti sebarikan melalui aplikasi Smart PLS versi 3.0 sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh *Accessibility* terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia.

Accessibility (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia, dimana nilai *path coefficients* sebesar 0,612 karena memiliki T-statistik yang lebih besar dari 1,96 yaitu sebesar 7,466 dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan diatas menunjukkan bahwa variabel *Accessibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital customer experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini mendefinisikan bahwa semakin baik *Accessibility* yang diberikan Bank Syariah Indonesia maka nasabah Bank Syariah Indonesia akan mendapatkan pengalaman yang memuaskan saat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia baik secara online maupun secara langsung.

Menurut hasil temuan peneliti di lapangan dan berdasarkan hasil penyebaran kuisioner oleh peneliti kepada responden atau nasabah Bank Syariah Indonesia diperoleh informasi bahwasanya, untuk

aksesibilitas yang diberikan Bank Syariah Indonesia yaitu berupa mesin digital seperti mesin ATM dan aplikasi digital seperti, aplikasi BSI mobile sudah memadai namun masih terdapat beberapa kekurangan yaitu pada mesin ATM yang terbatas sehingga cukup memakan waktu ketika banyak nasabah yang ingin bertransaksi. Kemudian masih terdapat kekurangan juga pada aplikasi BSI Mobile yang mana Dengan beberapa alasan seperti user interface yang kurang intuitif, beberapa nasabah merasa bahwa antarmuka aplikasi masih kurang user friendly, sehingga tidak mudah digunakan bagi pengguna yang tidak terbiasa dengan teknologi. Kemudian keterbatasan fitur, beberapa nasabah merasa bahwa fitur-fitur yang ditawarkan masih kurang lengkap dan cakupannya kurang luas. Selain itu keamanan yang diragukan oleh sebagian pengguna, walaupun BSI Mobile mengklaim menerapkan sistem keamanan yang ketat beberapa nasabah masih khawatir tentang keamanan data pribadi dan transaksi mereka terutama setelah beberapa insiden pelanggaran keamanan di sektor perbankan. Selanjutnya koneksi tergantung pada jaringan internet, aplikasi ini sangat bergantung pada kualitas koneksi internet, di beberapa wilayah dengan jaringan internet yang kurang stabil penggunaan BSI Mobile bisa menjadi lambat atau tidak responsif. Dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Syariah Indonesia akan tetap memiliki pengalaman yang baik ketika bertransaksi meskipun ada beberapa kendala yang terjadi.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Yuliani dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengalaman ataupun kepuasan nasabah dalam menggunakan cash deposit machine. Dalam menggunakan cdm nasabah sangat berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan nasabah. Karena seberapa lama masyarakat menempuh jarak/lokasi yang dituju jika semakin dekat lokasi yang diinginkan masyarakat maka semakin banyak pula masyarakat menggunakan fasilitas tersebut.⁵³

Hal ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh dengan hasil analisis melalui smartPLS menunjukkan bahwa accessibility berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Ini menggambarkan semakin perusahaan mampu meningkatkan accessibility/kemudahan akses bank kepada nasabah secara baik maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah. Didalam penelitian ini juga menyatakan bahwa dalam industri perbankan khususnya perbankan syariah faktor-faktor seperti kenyamanan lokasi bank, aksesibilitas bank merupakan faktor penting yang mempengaruhi nasabah dalam

⁵³ Sri Yuliani, “Pengaruh Pemahaman Dan Aksesibilitas Penggunaan Cash Deposit Machine Terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)” (Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019), hlm.75.

memilih aksesibilitas dengan kepuasan nasabah memiliki hubungan yang signifikan pada nasabah.⁵⁴

Namun hal ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Sarah Ningrum Nuranisya dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas memiliki pengaruh secara negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin meningkatnya nilai aksesibilitas, maka kepuasan konsumen akan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa konsumen akan tetap merasa puas dengan aksesibilitas yang diberikan.⁵⁵

2. Terdapat pengaruh *Competence* terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan diatas menunjukkan bahwa variabel *Competence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital customer experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia. Hal ini mendefinisikan bahwa semakin baik *Competence* yang diberikan Bank Syariah Indonesia maka nasabah Bank Syariah Indonesia akan mendapatkan pengalaman yang memuaskan saat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia baik secara online maupun secara langsung.

⁵⁴ Rendy Arafat, "Pengaruh Competency, Bank Image, Accessibility Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Bank Jateng Cabang Syariah Surakarta" (Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022), hlm.10.

⁵⁵ Sarah Ningrum Nuranisya, "Pengaruh Aksesibilitas, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen," hlm.70.

Menurut hasil temuan peneliti di lapangan dan berdasarkan hasil penyebaran kuisioner oleh peneliti kepada responden atau nasabah Bank Syariah Indonesia diperoleh informasi bahwasanya, kompetensi memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan pengalaman nasabah digital di Bank Syariah Indonesia. Kompetensi dalam layanan digital, seperti aplikasi BSI mobile dan media internet lainnya memungkinkan BSI memberikan dukungan yang cepat dan efektif, serta pegawai dengan keterampilan yang telah terlatih memastikan bahwa staf selalu siap untuk menghadapi tantangan baru dan memberikan pengalaman nasabah yang positif.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfina Damayanti.K dengan hasil yang menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh positif dan signifikan. Secara parsial, kompetensi berpengaruh positif dan signifikan karena kinerja karyawan dapat berdampak langsung pada kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Karyawan yang kompeten dapat memberikan solusi yang lebih baik atas kebutuhan nasabah dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan. Selain itu karyawan yang memiliki tingkat kompetensi yang tinggi cenderung memiliki peluang yang lebih baik untuk pengembangan karir mereka. Mereka mungkin lebih sering dipromosikan atau diberikan tanggung jawab yang lebih besar, yang dapat meningkatkan kepuasan kerja. Alasan tersebut menyoroti bagaimana kinerja karyawan yang didukung oleh tingkat kompetensi

yang tinggi dapat membawa dampak positif pada beberapa aspek penting, seperti kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah, pengalaman pelanggan yang lebih memuaskan, motivasi dan kepuasan kerja karyawan, serta pengembangan karir yang lebih baik.⁵⁶

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rousdy Safari Tamba dengan hasil yang menunjukkan bahwa secara umum kompetensi karyawan termasuk kategori cukup baik. Artinya kompetensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁵⁷

Namun hal ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Risnawati Dwi Arum dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel kompetensi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. namun memiliki arah hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang ditingkatkan, maka karyawan yang berkompeten harus lebih meningkatkan kinerja sehingga akan membuat kepuasan nasabah bank tersebut meningkat secara progresif, begitupula sebaliknya, jika semakin rendah kualitas pelayanan dan kompetensi karyawan yang diberikan, maka semakin rendah pula kepuasan nasabah bank.⁵⁸

⁵⁶ Alfina Damayanti. K, “Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Mandiri Mikro Banking Cluster Makassar 3” (Makassar, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2024), hlm.64.

⁵⁷ Rousdy Safari Tamba, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Cabang Jakarta Pusat,” *Dalam Jurnal Abiwarra* volume. 2, No. 2 (2021): hlm.18.

⁵⁸ Risnawati Dwi Arum, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Sektor III,” hlm.100.

E. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan langkah-langkah yang sesuai dengan panduan yang diterapkan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan untuk menghasilkan penelitian yang bagus. Namun, penelitian ini masih membutuhkan banyak penyempurnaan dikarenakan masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Pemilihan indikator dalam penelitian konstruk variabel yang kurang pas, optimal, sehingga memerlukan konsep dan penggunaan teori yang lebih dalam lagi.
2. Pemilihan variabel dalam penelitian masih terbatas pada pengaruh *Accessibility* dan *Competence* terhadap *Digital Customer Experience* , sehingga bisa dikembangkan dengan memakai variabel-variabel yang lain.
3. Pada saat menyebar angket, peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan jawaban jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang peneliti berikan sehingga memperoleh validitas yang diperoleh.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden tergolong kecil mengingat banyaknya nasabah Bank SyariahIndonesia.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, serta penjelasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh *accessibility* dan *competence* terhadap *digital customer experience* pada nasabah Bank Syariah Indonesia maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh *Accessibility* (X1) terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia. Artinya bahwa semakin baik *Accessibility* yang diberikan Bank Syariah Indonesia maka nasabah Bank Syariah Indonesia akan mendapatkan pengalaman yang memuaskan saat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia baik secara online maupun secara langsung.
2. Ada pengaruh *Competence* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia. Artinya bahwa semakin baik *Competence* yang diberikan Bank Syariah Indonesia maka nasabah Bank Syariah Indonesia akan mendapatkan pengalaman yang memuaskan saat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia baik secara online maupun secara langsung.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

- a. Ada pengaruh *accessibility* terhadap *digital customer experience*, Aksesibilitas yang mudah diakses cenderung meningkatkan pengalaman nasabah saat bertransaksi di Bank Syariah Indonesia serta dapat meningkatkan keberlanjutan dan daya saing yang lebih baik.
- b. Ada pengaruh *competence* terhadap *digital customer experience*, kompetensi yang dimiliki oleh kedua pihak baik pihak nasabah maupun pihak Bank Syariah Indonesia akan meningkatkan pengalaman bagi nasabah yang bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia serta mampu meningkatkan kepuasan tersendiri.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti variabel yang sama agar menjadi acuan di waktu yang akan datang. Adanya keterbatasan dalam penelitian menjadi masukan untuk penelitian selanjutnya. Hasil ini juga bisa menjadi acuan pembuat keputusan dalam perbankan syariah dalam meningkatkan kepuasan konsumen dibidang layanan digital.

C. Saran

Adapun saran yang diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah :

1. Dalam meningkatkan Digital Customer Experience pihak perbankan diharapkan untuk memberikan aksesibilitas yang lebih baik kepada nasabah agar nasabah memiliki pengalaman yang memuaskan ketika bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar bisa meneliti lebih spesifik lagi karena masih banyak pengaruh lain yang dapat di analisis untuk meningkatkan pengalaman nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Nofinawati. (2020). *Perbankan Syariah*. Edisi pertama. Jakarta: Parenadamedia Group.
- Priyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* (edisi revisi). Zifatama.
- Santosa, P. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edisi pertama. Andi Offset.
- Imam. G, Partial Least Squares (2021) Konsep, teknik dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- I Made Anom Arya Pering, (2021) “Kajian Analisis Jalur Dengan Structural Equation Modeling (SEM) SMATR-PLS 3.0. jakarta
- Agung. W. K, (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Pertama. Yogyakarta: PANDIVA BUKU.

JURNAL:

- Alfina Damayanti. K. (2024). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Mandiri Mikro Banking Cluster Makassar 3. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Amaliyah, R. (2020). Pengaruh Kompetensi Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Cabang Pangkal Pinang. *Dalam Jurnal Prodi Tadris IPS Volume 11 No 2*.
- Andreani, F. (2019). Pengaruh Customer Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Dalam Jurnal Manajemen Bisnis volume 3 no 1*.
- Arafat, R. (2022). Pengaruh Competency, Bank Image, Accessibility Terhadap Kepuasan Dan Pengalaman Nasabah (Customer Experience) Pada Bank Jateng Cabang Syariah Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Chan, A. (2021). The Effect of Artificial Intelligence (AI) on Customer Experience (Study of Gojek User in Bandung, West Java). *Dalam Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan volume 6 No 2*.

- Dharma, D. (2018). Analisis Penerapan Kompetensi Syariah Terhadap Kinerja Karyawan Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung. *Dalam Jurnal Perbankan Volume 1 No 1*.
- Eko Setyo Widyanarso, N. Y. (2014). Accessibility Level of Social Facilities Based on Neighborhood Unit Concept in Perumnas Banyumanik Semarang City. *In Journal of Room volume 2 No 4*.
- Farida, U. (2013). Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat Pedesaan Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal.” *Dalam Jurnal Wilayah Dan Lingkungan volume 1 no 1*.
- Febriana, K. (2021) “Pengaruh Customer Experience Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di TX Travel Klampis.” *Dalam Jurnal Manajemen Perhotelan volume 2 No 1*.
- Ferry Firdaus, F. I. (2017). Aksesibilitas Dalam Pelayanan Publik Untuk Masyarakat Dengan Kebutuhan Khusus. *In Journal of Borneo Administrator volume 1 No 1*.
- Fitri Maulidah Rahmawati, D. A. H. (2019). “Aksesibilitas Permodalan Perbankan Bagi Wirausahawan Di D.I Yogyakarta Untuk Mewujudkan Ekonomi Inklusi.” *Dalam Jurnal Ilmiah Akuntansi volume 17 No 2*.
- Helen, A. (2022) “Pengaruh Partisipasi Anggaran Terhadap Kinerja Manajerial Dengan Komitmen Organisasi Dan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Moderasi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Herawati, Y. (2022). Kompetensi Komunikasi Customer Service Sebagai Pendukung Kepuasan Nasabah. *Dalam Jurnal Ikraith-Humaniora volume 6 No 1*.
- Istiatin, I. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Customer Experience, Customer Value, Dan Brand Image. *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Manajemen volume 19 No 3*
- Khasanah, U. (2019). Identifikasi Kompetensi Dan Performansi Dalam Digital Marketing Online. *Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra Dan Informasi volume 6 No 1*

- Kiki, K. (2020). Pengaruh Wawasan Dan Kepuasan Kerja Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Bagian Produksi. Universitas Islam Riau.
- Muslimah, N. N. (2016) “Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan.” *Dalam Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan volume 1 No 1.*
- Nia, H. (2020). “Pengaruh Pelatihan, Kompetensi Syariah Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Sidoarjo.” *Dalam Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam volume 3 No 2.*
- Nur Aisah, S. A. (2022). Pengaruh Brand Equity Dan Aksesibilitas Layanan Mobile Banking Terhadap Pengalaman Nasabah (Digital Customer Experience) Pada BSI Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.” Universitas Islam Indonesia.
- Pranitasari, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Di Kereta Rel Listrik Jakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Puspa, D. (2018). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Elfaatih Global Indonesia. *Dalam Jurnal Bisnis Manajemen Akuntansi volume 2 No 2.*
- Rendy, A. (2022) Pengaruh Competency, Bank Image, Accessibility Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Bank Jateng Cabang Syariah Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ridwan, D. M. (2020). UTAUT Model: Suatu Pendekatan Evaluasi Penerimaan E-Learning Pada Program Pascasarjana. *Universitas Pepabri Makassar.*
- Risnawati, D. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tangerang Sektor III. Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Rofiq, A. (2020). Pengaruh Aksesibilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Komunitas Sahabat Difabel Semarang). *Dalam Jurnal Ekonomi Islam volume 2 No 1.*
- Rona Veonita, R. (2022). Pengaruh Aksesibilitas, Kegunaan Dan Kepuasan Terhadap Penilaian (Customer Experience) Melalui Kepercayaan Nasabah

Pengguna Mobile Banking. *Dalam Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonsia volume 6 no 1.*

Rousdy, S. T. (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Cabang Jakarta Pusat.” *Dalam Jurnal Abiwara volume. 2, No. 2.*

Safari Tamba, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kompetensi Karyawan Terhadap Kepuasan Dan Pengalaman Nasabah Pada Bank Syariah Cabang Jakarta Pusat. *Dalam Jurnal Abiwara volume 2 no 2.*

Sarah, N. N. (2023). Pengaruh Aksesibilitas, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Universitas Islam Negeri Prof.K.H.Saifuddin Zuhri.

Sefaji. (2018). Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia. *Dalam Jurnal Perbankan volume 3 No 1.*

Setia Tjahyanti, N. C. (2020). Kompetensi, Kepemimpinan, Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Human Resources and Facility Management Directorate. *Dalam Jurnal Media Bisnis volume 12 No 2.*

Sri Rahayu, S. T. F. (2021). Pengaruh Digital Customer Experience Dalam Menciptakan Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Di Era Digital. *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah volume 5 No 1.*

Sri, Y. (2019). *Pengaruh Pemahaman dan Aksesibilitas Penggunaan Cash Deposit Machine terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh).* Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Sugysti, R. (2020). Pengaruh Dimensi Customer Experience Terhadap Satisfaction Dan Customer Loyalty (Studi Pada Cokelat Klasik Cafe Malang). *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, volume 1 no 1.*

Thalha, A. (2019). Instrument pengumpulan data. *Dalam Jurnal Manajemen, volume 1 No 1.*

Tho'in, M. (2016). Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah Berdasarkan Prinsip-Prinsip Syariah Islam (studi kasus pada BNI Syariah surakarta). *Dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, volume 2 No 3.*

- Tri, P. S. (2022). Analisis Aksesibilitas nelayan terhadap pembiayaan di Perbankan Syariah. *Dalam Jurnal Nisbah*, volume 8 No 1.
- Tri, R. H. (2016). Analisis Customer Experience (CX) Situs Jual Beli Produk Fashion Online di Indonesia (studi kasus pada pelanggan jual beli produk fashion online di indonesia). *In Journal of Management*, volume 3 No 1.
- Widhi, K. A. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Pertama). PANDIVA BUKU.
- Widodo, W. (2022). Pengaruh aksesibilitas dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan Jaminan Rasa Aman sebagai Intervening. *Dalam Jurnal Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, volume 2 No 1.
- Yuka, M. (2018). *Pengaruh Media Sosial sebagai media berkomunikasi cepat*. Universitas Airlangga.
- Zaimah, F. (2020). Analisis Customer Experience pada Bobobox di Kota Bandung (Customer Experience Analysis of Bobobox in Bandung City). *In Journal of Management*, volume 7 No 1.

WEB:

https://idalamat.com/alamat/401834/bank-syariah-indonesia-kc-padangsidimpuan-padangsidimpuan-sumatera-utara#google_vignette diakses pada tahun 2024

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ananda Anugrah Nasution, M.Si

NIP : 199110172020121008

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “ **Pengaruh *Accessibility* dan *Competence* terhadap *Digital Customer Experience***”.

Yang disusun oleh:

Nama : Sriwulandari

Nim : 2040100087

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 2024
Validator

Ananda Anugrah Nasution, M.Si
NIP. 199110172020121008

LEMBAR VALIDASI
ANGKET DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE (Y)

Petunjuk:

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun.
2. Beri tanda centang (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang diberikan.
4. Lembar pernyataan terlampir,

Indikator	No Soal	V	VR	TV
<i>Think</i>	1			
<i>Act</i>	5,9			
<i>Feel</i>	2,3			
<i>Sense</i>	4,6,8,10			
<i>Relationship</i>	7			

Catatan:

Padangsidempuan, 2024
Validator

Ananda Anugrah Nasution, M.Si
NIP. 199110172020121008

LEMBAR VALIDASI
ANGKET ACCESSIBILITY (X¹)

Petunjuk:

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun.
2. Beri tanda centang (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang diberikan.
4. Lembar pernyataan terlampir,

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kemudahan	1,6,8,10			
Kenyamanan	2,3,5,9			
Waktu	4,7			

Catatan:

Padangsidimpun, 2024
Validator

Ananda Anugrah Nasution, M.Si
NIP. 199110172020121008

LEMBAR VALIDASI
ANGKET COMPETENCE (X²)

Petunjuk:

1. Saya mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek pernyataan yang saya susun.
2. Beri tanda centang (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir pernyataan.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang diberikan.
4. Lembar pernyataan terlampir,

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Pengetahuan	2,6			
Sikap	1,5,7,8			
Motif	3,10			
Sifat	4			
Keterampilan	9			

Catatan:

Padangsidempuan, 2024
Validator

Ananda Anugrah Nasution, M.Si
NIP. 199110172020121008

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Responden

Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Teriring salam dan do'a, semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT. Serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas, Aamiin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian pada nasabah Bank Syariah Indonesia tentang “ **Pengaruh Accessibility dan Competence terhadap Digital Costumer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia**”, diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian. Maka dengan ini saya mohon kepada Saudara/Saudari yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian atas bantuan dan partisipasi dari Saudara/i dalam mengisi lembar angket tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Padangsidimpuan, Juni 2024

Hormat Saya,

Sriwulandari

NIM.20 401 00087

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH *ACCESSIBILITY* DAN *COMPETENCE* TERHADAP *DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE* PADA NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA

A. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan mengisi identitas dan memberi tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia:

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pertanyaan yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Setiap pertanyaan mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat Setuju (5)
 - b. S = Setuju (4)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. TS = Tidak Setuju (2)
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)
4. Semua jawaban Saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pertanyaan ini semata untuk tujuan penelitian

C. DAFTAR PERNYATAAN

Digital Customer Experience (Y)

No	Pernyataan		ALTERNATIF	JAWABAN		
		SS	S	KS	TS	STS
1.	BSI telah memberikan informasi yang cukup mengenai layanan melalui berbagai saluran komunikasi					
2.	Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi sesuai dengan ekspektasi saya					
3.	BSI telah memberikan layanan digital perbankan dengan jelas dan informatif terkait dengan produk/fitur yang di sediakan					
4.	Saya puas dalam menggunakan aplikasi layanan digital Bank Syariah Indonesia ketika bertransaksi					
5.	Saya merasa aman dan merasa terjamin saat bertransaksi menggunakan BSI mobile					

6.	Aplikasi mobile banking BSI memudahkan saya untuk melakukan transaksi perbankan sehari-hari tanpa harus mengunjungi kantor cabang					
7.	Aplikasi BSI menyediakan berbagai fitur yang memenuhi kebutuhan saya					
8.	Pengalaman saya menggunakan mobile banking sangatlah nyaman, mudah difahami, dan mudah digunakan					
9.	Saya merasa BSI terus meningkatkan pengalaman digital dengan memperkenalkan fitur-fitur baru kepada nasabah.					
10.	Layanan yang diberikan BSI responsif dan selalu siap membantu jika saya mengalami masalah dalam aplikasi					

Accessibility (X1)

No	Pernyataan		ALTERNATIF	JAWABAN		
		SS	S	KS	TS	STS
1.	BSI telah memudahkan nasabah untuk bertransaksi seperti mengambil uang, mentransfer dan melakukan pembayaran lainnya melalui mesin ATM yang telah disediakan					
2.	Fitur-fitur di aplikasi BSI mobile lengkap dan memadai untuk kebutuhan saya dalam bertransaksi perbankan					
3.	Mesin Atm yang disediakan BSI sangat membantu saya saat bertransaksi					
4.	Saya merasa bahwa BSI memperhatikan kebutuhan aksesibilitas dalam pelatihan dan dukungan mereka kepada staf, sehingga dapat memberikan layanan yang					

	lebih baik kepada semua nasabah.					
5.	BSI telah aktif dalam melakukan upaya yang memadai untuk meningkatkan akses bagi semua kalangan nasabah					
6.	Saya merasa BSI telah memberikan layanan digital dengan baik dan cepat					
7.	Sistem keamanan di platform digital BSI membuat saya merasa aman dalam bertransaksi					
8.	Saya jarang mengalami gangguan teknis saat menggunakan layanan digital BSI					
9.	Aplikasi Mobile banking mudah difahami dan mudah digunakan kapan saja dan dimana saja					
10.	Proses transaksi digital di BSI cepat dan efisien					

Competence (X2)

No	Pernyataan		ALTERNATIF	JAWABAN		
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya percaya pada kompetensi yang dimiliki oleh staf BSI dalam mengelola keuangan saya					
2.	BSI memberikan panduan yang jelas mengenai penggunaan layanan perbankan digital					
3.	Staf Bank Syariah Indonesia kompeten dalam memberikan bantuan terkait masalah teknis di aplikasi digital					
4.	BSI sudah cukup baik dalam memberikan edukasi kepada seluruh kalangan nasabah terkait layanan digital Bank Syariah Indonesia					

5.	Layanan customer service BSI responsif terhadap masalah yang saya hadapi di platform digital.					
6.	Saya merasa puas dengan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh BSI					
7.	Inovasi digital yang diterapkan oleh BSI sangat membantu aktivitas perbankan saya					
8.	BSI memiliki reputasi yang baik di industri perbankan syariah, didukung oleh integritas dan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah.					
9.	Saya merasa staf BSI memiliki sifat					

	yang ramah dan profesional kepada nasabah saat melayani					
10.	Saya percaya bahwa BSI mampu memberikan solusi keuangan yang inovatif dan sesuai dengan perkembangan jaman.					

Tabulasi Angket

Digital Customer Experience

DCE 1	DCE 2	DCE 3	DCE 4	DCE 5	DCE 6	DCE 7	DCE 8	DCE 9	DCE1 0
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
4	3	4	4	4	5	4	5	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	4	3
5	3	4	5	4	5	4	5	4	3
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	5	4	4	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	0	4	4	3	4	4
3	4	3	3	4	2	3	3	2	3
4	4	5	3	3	4	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4	4	4	3
3	4	4	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	3	3	5	5	3	4
4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	3	3	3	2	2	2	2
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	3	3	4	3	5	4	3
4	5	4	4	4	5	5	4	5	4

[illegible]

5	4	5	4	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	4	4	5	4	5	4	3
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	4	3
4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	5	4	3	5	5	5
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4

Accessibility

[illegible]

5	5	5	4	5	4	5	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	3	4	3
4	4	4	3	4	3	3	3	4	3
5	3	5	4	4		4	5	5	3
4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	4	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	2	3	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	5	3	4	4	5	3	5	3
3	4	4	4	3	4	5	4	5	5
2	4	5	4	5	5	5	4	5	5
3	4	3	3	3	3	2	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4		4	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
3	4	3	4	2	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	2	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	2	4	5	2	5	5
5	4	4	4	4	4	3	1	3	3

4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	5	4	5	5	4	5
4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
4	1	4	1	4	4	4	4	4	1
5	4	5	4	5	5	4	2	5	5
2	2	2	1	3	2	3	2	3	2
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	3	5	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5		5	4	5	4	4	
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
5	4	4	4	5	5	5	4	5	4

Competence

[illegible]

4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
3	4	4		4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	5	3	5
3	4	4	4	4	4	4	5	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	2	5	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3		3	3	4	3	3	4	3
4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
1	1	4	4	4	4	1	1	4	4
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
3	2	2	2	3	2	2	2	2	2
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

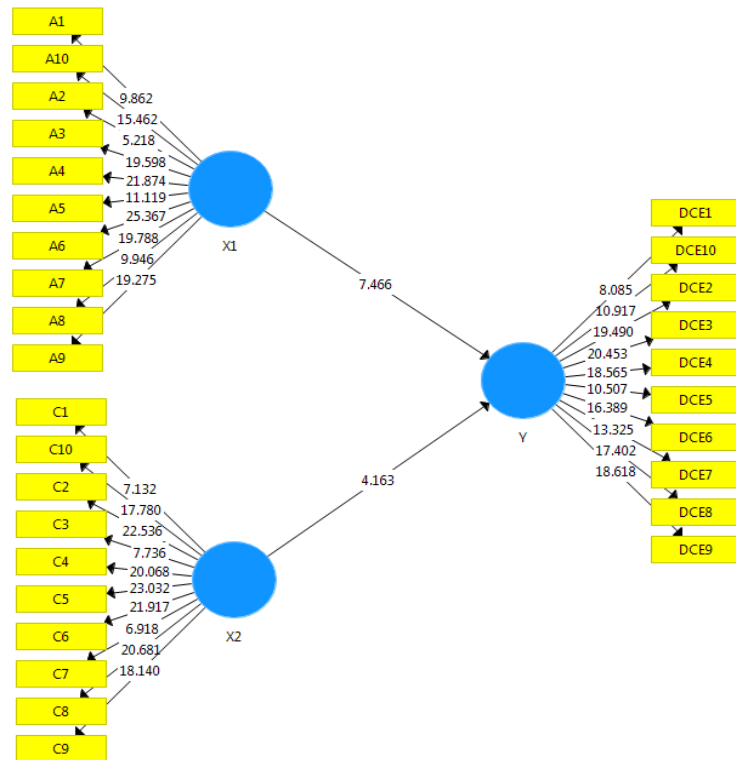
4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
1	5	1	5	5	5	1	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	3	4	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	5
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	3	3	3	3	5	5	3	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	4

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Uji Analisis Deskriptif

Indikator	Median	Minimum	Maximum	Standard Deviation	Mean
DCE1	4	1	5	0.750	4.072
DCE2	4	1	5	0.902	4.010
DCE3	4	1	5	0.722	4.124
DCE4	4	1	5	0.859	4.062
DCE5	4	1	5	0.805	4.106
DCE6	4	1	5	0.885	4.175
DCE7	4	1	5	0.786	4.083
DCE8	4	1	5	0.815	4.072
DCE9	4	1	5	0.779	4.031
DCE10	4	1	5	0.823	3.938
Digital Customer Experience (Y)				8,126	40.673
A1	4	1	5	0.837	4.167
A2	4	1	5	0.825	4.021
A3	4	1	5	0.750	4.146
A4	4	1	5	0.805	3.906
A5	4	1	5	0.765	4.052
A6	4	1	5	0.769	4.052
A7	4	1	5	0.744	4.113
A8	4	1	5	0.865	3.742
A9	4	1	5	0.755	4.165
A10	4	1	5	0.828	4.042
Accssesility (X1)				7,943	40.406
C1	4	1	5	0.817	3.948
C2	4	1	5	0.843	4.031
C3	4	1	5	0.832	3.927
C4	4	1	5	0.795	4.052
C5	4	1	5	0.715	4.062
C6	4	1	5	0.722	4.124
C7	4	1	5	0.824	3.959
C8	4	1	5	0.808	4.082
C9	4	1	5	0.763	4.072
C10	4	1	5	0.747	4.093
Competence (X2)				7,866	40.350

Lampiran 2 : Hasil Desain Model dan Input data



Lampiran 3 : Hasil Outer Loading

	X1	X2	Y
A1	0,774		
A10	0,817		
A2	0,701		
A3	0,863		
A4	0,858		
A5	0,788		
A6	0,879		
A7	0,846		
A8	0,706		
A9	0,841		
C1		0,729	
C10		0,826	

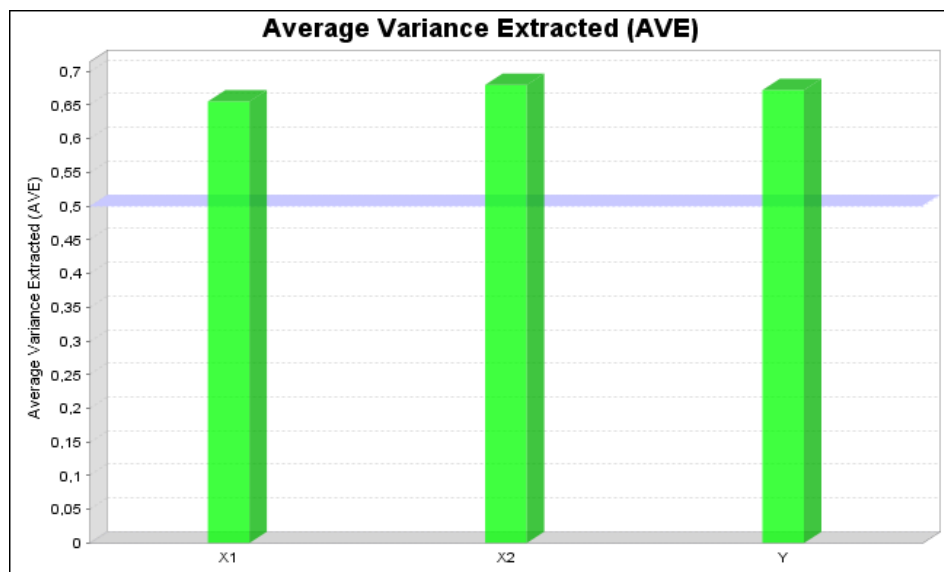
C2		0,861	
C3		0,763	
C4		0,855	
C5		0,867	
C6		0,875	
C7		0,756	
C8		0,852	
C9		0,845	
DCE1			0,759
DCE10			0,780
DCE2			0,830
DCE3			0,874
DCE4			0,842
DCE5			0,760
DCE6			0,842
DCE7			0,796
DCE8			0,858
DCE9			0,847

Lampiran 4 : Hasil Uji *Discriminant Validity*

	<i>Accessibility (X1)</i>	<i>Competence (X2)</i>	<i>Digital Customer Experience (Y)</i>
A1	0,774	0,636	0,732
A10	0,817	0,717	0,724
A2	0,701	0,683	0,627
A3	0,863	0,702	0,825
A4	0,858	0,789	0,800
A5	0,788	0,678	0,720
A6	0,879	0,759	0,797
A7	0,846	0,690	0,785
A8	0,706	0,654	0,661
A9	0,841	0,687	0,765
C1	0,673	0,729	0,636
C10	0,757	0,826	0,841
C2	0,748	0,861	0,723
C3	0,594	0,763	0,632
C4	0,689	0,855	0,740
C5	0,717	0,867	0,777

C6	0,759	0,875	0,776
C7	0,692	0,756	0,639
C8	0,774	0,852	0,771
C9	0,703	0,845	0,740
DCE1	0,674	0,693	0,759
DCE10	0,732	0,729	0,780
DCE2	0,796	0,705	0,830
DCE3	0,835	0,787	0,874
DCE4	0,740	0,729	0,842
DCE5	0,712	0,702	0,760
DCE6	0,735	0,702	0,842
DCE7	0,717	0,697	0,796
DCE8	0,827	0,762	0,858
DCE9	0,772	0,763	0,847

Lampiran 5 : Hasil Uji *Discriminant Validity*



	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Accessibility (X1)</i>	0,655
<i>Competence (X2)</i>	0,680
<i>Digital Customer Experience (Y)</i>	0,672

Lampiran 6 : Hasil Uji *Composite Reliability*

	Composite Reliability
<i>Accessibility</i>	0,950
<i>Competence</i>	0,955
<i>Digital Customer Experience</i>	0,953

Lampiran 7 : Hasil Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
<i>Digital Customer Experience (Y)</i>	0,883	0,880

Lampiran 8 : Hasil Uji F-Square

	Accessibility (X1)	Competence (X2)	Digital Customer Experience (Y)
Accessibility (X1)			0,809
Competence (X2)			0,279
Digital Customer Experience (Y)			

Lampiran 9 : Hasil Uji Q-Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Accessability (X1)	970,000	970,000	
Competence (X2)	970,000	970,000	
Digital Customer Experience(Y)	970,000	409,708	0,578

Lampiran 10 : Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Accessibility - > Digital Customer Experience	0,612	0,604	0,082	7,466	0,000
Competence - > Digital Customer Experience	0,359	0,369	0,086	4,163	0,000

I. IDENTITAS PRIBADI

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. Nama | : SRIWULANDARI |
| 2. Nim | : 2040100087 |
| 3. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 4. Tempat/ Tanggal Lahir | : Maligas/ 10 - Mei - 2002 |
| 5. Anak Ke | : 6 (Enam) |
| 6. Kewarganegaraan | : WNI (Warga Negara Indonesia) |
| 7. Status | : Mahasiswa |
| 8. Agama | : Islam |
| 9. Alamat Lengkap | : Link 03 Rendahan
: Kec. Bosar Maligas, Kabupaten Simalungun |
| 10. Telp. HP | : 081263348435 |
| 11. E-mail | : swulandary30@gmail.com |

II. IDENTITAS ORANGTUA

- | | |
|--------------|--|
| 1. Ayah | |
| a. Nama | : Ngadimin |
| b. Pekerjaan | : Petani |
| c. Alamat | : Link 03 Rendahan
: Kec. Bosar Maligas, Kabupaten Simalungun |
| d. Telp/HP | : 085360673300 |
| 2. Ibu | |
| a. Nama | : Muriyah |
| b. Pekerjaan | : Ibu Rumah Tangga |
| c. Alamat | : Link 03 Rendahan
: Kec. Bosar Maligas, Kabupaten Simalungun |
| d. Telp/HP | : 085360673300 |

III. PENDIDIKAN

- | | |
|--------|--|
| 1. SD | : SDN 091680 Bosar Maligas (2008 -2014) |
| 2. SMP | : MTS HJ. Siti Aminah (2014-2017) |
| 3. SMA | : SMKN 1 Sinunukan (2017- 2020) |
| 4. S.I | : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
: Ahmad Addary Padangsidempuan (2020-2024) |



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 5720 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/10/2023

20 Oktober 2023

Sifat : Biasa

Lamp : 1 berkas

Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

Yth;

1. Dr. Rukiah, M.Si

: Pembimbing I

2. Ananda Anugrah Nasution, M.Si

: Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi tersebut di bawah ini :

Nama : Sriwulandari

NIM : 2040100087

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh *Accesibility* dan *Competence* Terhadap *Digital Customer Experience* pada Nasabah Bank Syariah Indonesia.**

di harap kepada Bapak/Ibu untuk menjadi pembimbing mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 5787 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/10/2023
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Pra Riset

Oktober 2023

Yth; Pimpinan BSI KC Padangsidempuan

Dengan hormat, dengan ini kami menyampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Sriwulandari
NIM : 2040100087
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Accessibility dan Competence Terhadap Digital Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin pra riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih,

an Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Abdul Nasser Hasibuan, M.Si

NIP.19790525200604 1 004

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

30 November 2023
No.03/1447-3/043

Kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Padangsidempuan

Up : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal : **PERSETUJUAN PRA RISET SDR SRIWULANDARI**

Referensi : Surat no 5787/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/10/2023 Tanggal 27 Oktober 2023 Perihal Mohon Izin Pra Riset

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat wal'afiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

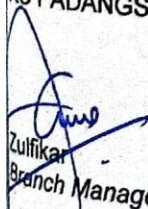
Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset Mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan dengan memperhatikan kode etik dan kerahasiaan bank, dan metode riset yang disetujui yaitu wawancara/kuisisioner, diberikan kepada:

Nama	: Sriwulandari
NIM	: 2040100087
Semester	: VII (Tujuh)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Tesis	: Pengaruh Accesibility dan Competence terhadap Digital Customer Experience pada Nasabah Bank Syariah Indonesia

Demikian disampaikan atas kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk.
KC PADANGSIDIMPUAN


Zulfikar
Branch Manager


Sri Wahyuni
BOSM



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1024 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/06/2024
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

24 Juni 2024

Yth; Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Sriwulandari
NIM : 2040100087
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Accessibility dan Competence Terhadap Digital Customer pada Nasabah Bank Syariah Indonesia**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.



an Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

30 September 2024
No.04/1498-3/043

Kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Padangsidempuan

Up : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal : **PERSETUJUAN RISET SDR Sriwulandari**

Referensi : Surat no1024 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/06/2024 Tanggal 24 Juni 2024 Perihal Mohon Izin Riset

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat wal'afiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset Mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan dengan memperhatikan kode etik dan kerahasiaan bank, dan metode riset yang disetujui yaitu wawancara/kuisisioner, diberikan kepada:

Nama	: Sriwulandari
NIM	: 2040100087
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Pengaruh Accessibility dan Competence Terhadap Digital Customer pada Nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Demikian disampaikan atas kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk.
KC PADANGSIDEMPUAN

  **BANK SYARIAH
INDONESIA**
KC Padangsidempuan
Romeo Kamajaya
Branch Manager
Sri Wahyuni
BOSM

SKRIPSI NEW (1)

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	3%
2	stiealwashliyahsibolga.ac.id Internet Source	2%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Student Paper	1%
5	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
8	jurnal.stie-aas.ac.id Internet Source	<1%
9	docplayer.info Internet Source	<1%