

## LAYANAN *WEBFORM* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DIMODERASI PENGETAHUAN (STUDI PADA NASABAH BSI DI KOTA PALEMBANG)

Nurul Ilma Hasana Kunio<sup>1</sup>, Marti Utari<sup>2</sup>, Ahmad Ari Gunawan Sepriansyah<sup>3</sup>  
Ade Sukmawati<sup>4</sup>, Muhammad Zulkarnain<sup>5\*</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Politeknik Negeri Sriwijayah

### Keyword:

*Webform, Customer Satisfaction, Knowledge*

### Artikel History:

*Submitted: May 16, 2024*

*Accepted: June 29, 2024*

*Published: June 30, 2024*

### \* Corresponding author

*e-mail:*

*mz.silalahi@polsri.ac.id*

### Abstract

*The purpose of his reserch is to determine the impact of web forms on customer satisfaction by using knowledge as a control variable. The data analysis method uses quantitative methods using survey data sources with a sample size of 100 people.data analysis uses multipel regression analysis (MRA). The research results produced a constant value of 2.078 which indicates customer satisfaction before being influenced by the web form variable. So the coefficient value is 0.532. From a resultsof the t-test, it is obtained that the sig value of  $t < \alpha 5\%$  (0.05), namely  $0.000 < 0.05$ , means that can be said that the web form has significant effect on consumer satisfaction. From the MRA test results, knowledge is obtained as a variable or moderator between the dependent variable, namely customer satisfacion, the independent variable in the form of a web form.*

### Abstrak

Tujuan dari penelitian adalah mengetahui dampak formulir web terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan pengetahuan sebagai variabel kontrol. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan sumber data survei dengan jumlah sampel yang dipakai sebanyak 100 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda (MRA). Hasil penelitian menghasilkan nilai konstanta sebesar 2,078 yang menunjukkan kepuasan pelanggan sebelum dipengaruhi oleh variabel web form. Jadi nilai koefisiennya adalah 0,532. Dari hasil uji t diperoleh sig nilai  $t < \alpha 5\%$  (0,05) yaitu  $0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa *webform* berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Dari hasil uji MRA diperoleh pengetahuan sebagai variabel atau moderator antara variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan dengan variabel bebas berupa *webform*.

**Kata Kunci:** *Webform, Kepuasan Nasabah, Pengetahuan*

### PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini berkembang dengan sangat cepat. Dengan perubahan ini, terdapat berbagai kemudahan dalam segala kegiatan atau aktivitas sehari-hari. Dengan cara yang sama pula maka terdapat berbagai bisnis memiliki ketergantungan pada teknologi (Dayyan et al., 2022; Nurjanah, 2021). Salah satunya adalah perusahaan perbankan dimana saat ini menggunakan teknologi informasi

sebagai media operasional perbankan (Kismawadi, 2023).

Perkembangan internet pada perbankan juga memberikan dampak pada inovasi teknologi yang terus meningkatkan dan memberikan kenyamanan hidup sehari-hari semakin meluas pengaruhnya terhadap sektor keuangan. Salah satu area yang mengalami perubahan signifikan ke dalam era industri 4.0 adalah sektor perbankan (Cipek & Ljutić, 2021). Dunia internet yang digunakan pada dunia perbankan di seluruh dunia terutama dalam layanan kepada nasabah (Hailat et al., 2023). Terdapat berbagai kemudahan pemberian layanan perbankan kepada setiap nasabah dengan harapan terciptanya kepuasan nasabah (Dayyan et al., 2022; Taskaro & Suhari, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Harb et al., 2022), bahwa layanan perbankan di Lebanon dengan menggunakan teknologi dimasa covid-19 sangat mendukung perusahaan perbankan. Kemudian nasabahnya harus memiliki pengetahuan untuk menggunakan layanan dan diharapkan memberikan kepuasan pada nasabah.

Di Indonesia diketahui ada bank memiliki kegiatan operasionalnya dengan prinsip konvensional dan bank dengan prinsip syariah (Ati et al., 2020; Furqani et al., 2015; Hamid et al., 2017). Kedua bank tersebut memanfaatkan teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan perbankan moderen. Teknologi berbasis data seperti aplikasi perbankan pada *smartphone*, *internet banking*, *short message service banking*, dan anjungan tunai mandiri (ATM) merupakan beberapa dari layanan yang ditawarkan oleh bank. Penggunaan teknologi perbankan di seperti halnya *mobile banking* menjadi salah satu layanan dengan menggunakan teknologi dengan bertujuan untuk memberikan kepuasan pada nasabah (Liniarti & Nasution, 2023; Saipul Hadi et al., 2022).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan sebuah atau salah satu bank yang beroperasi secara syariah di Indonesia dan berdiri sejak 01 Pebruari tahun 2021. Bank Syariah Indonesia adalah bank yang merger dari tiga unit usaha syariah Bank BUMN terdiri dari Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah, dan Bank BNI Syariah. Kemudian sejak berdirinya Bank Syariah Indonesia telah menggunakan teknologi informasi berbasis internet dan komputer. untuk memberikan layanan kepada setiap nasabah BSI kapan saja dan di mana saja.

Pada Bank Syariah Indonesia terdapat teknologi informasi berupa produk layanan *webform*. *Webform* BSI merupakan fasilitas pelayanan digital yang digunakan pada Bank Syariah Indonesia (BSI, 2023). *Web Form Application* yaitu sebuah aplikasi

dengan arsitektur *three-tier* yang di jalankan pada sebuah browser sebagai *front end* dan komponen-komponen. *Power Builder* pada satu server menjadi *middle tier* (Kaunen, 2017:13). Pendapat lain menyatakan *Webform* adalah sebuah sistem informasi dengan menggunakan formulir yang didukung dengan *web* (Simamora, 2018:56).

Layanan *webform* yaitu berupa formulir *online* yang dapat di cari di google (Dos Santos et al., 2012). Pada layanan *webform* tersebut nasabah akan mendapatkan dua jenis layanan berupa fitur buka rekening dan transaksi. Pada fitur buka rekening adalah *form* untuk membuka rekening dan pada fitur transaksi terdapat *form* setor tunai, *form* tarik tunai, *form* pemindah bukuan, dan *form* transfer (BSI, 2023).

*Webform* milik dari Bank Syariah Indonesia diharapkan memberikan nilai lebih diantaranya mempercepat kegiatan transaksi pada *teller* bank, kemudian dapat diakses oleh nasabah dimana saja dengan menggunakan smartphone, komputer maupun tablet yang sedang terhubung dengan internet. Namun, nilai lebih dari *webform* dalam operasional tentunya ada kelemahan. Kelemahan ini dapat berupa nasabah yang belum memiliki pengetahuan dalam penggunaan *webform*. Sementara kendala pengetahuan tersebut adalah bagi nasabah belum memahami cara mengakses dan mengisi *webform*. *Webform* merupakan salah satu inovasi dalam digitalisasi pelayanan perbankan. Dengan inovasi *webform* ini diharapkan akan memberikan kepuasan pada nasabah (Sulistyaningsih, 2023).

Observasi awal yang dilakukan pada beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Palembang, terdapat nasabah yang jarang menggunakan layanan dari *teller*, sehingga saat membutuhkan layanan dari *teller* harus terlebih dahulu harus mengisi *webform* yang sudah disediakan di meja *form*. Pengisian formulir tersebut lebih baik diisi saat akan mengunjungi Bank. Kemudian terdapat nasabah yang sudah mengetahui untuk mendapatkan layanan dari *teller*, sudah mengisi terlebih dahulu di rumah, akan tetapi sampai di bank nasabah harus tetap antri untuk mendapatkan layanan. Sementara nasabah mengharapkan setelah mengisi *webform* tersebut tidak perlu antri lagi. Selain itu nasabah juga menyatakan bahwa dengan adanya *webform* juga terdapat kendala seperti tidak dapat dibuka karena signal internet kurang baik ataupun kendala perbaikan aplikasi. Hal ini ada kesesuaian dengan hasil penelitian terdahulu dimana hasilnya terdapat kendala *webform* tidak dapat dibuka karena adanya gangguan jaringan internet (Nasution et al., 2023).

*Webform* ini memiliki kelebihan menurut nasabah yaitu tidak perlu mengisi *form* secara manual dan harapannya mempercepat layanan terutama buka rekening pada *customer service* tetapi bagi nasabah yang belum memiliki pengetahuan untuk pengisian *form* akan berdampak tidak berani mengisi dan harus ke bank meminta bantuan dari pihak bank untuk mengisi *form*. Demikian halnya pada fitur transaksi setoran atau penarikan, tidak semua nasabah memiliki pengetahuan akan pengisian *form* secara *online* dan harus dibantu pihak bank. Sementara pada pihak bank dengan adanya *form* tersebut akan memudahkan memberikan layanan dan mempercepat pemberian layanan pada setiap nasabah.

Nasabah yang merasa dengan adanya layanan *webform* dari Bank Syariah Indonesia tentunya akan merasa puas karena lebih cepat, tetapi bagi nasabah yang merasa belum memiliki pengetahuan tentang *webform* akan berdampak pada rasa kurang puas, sementara bagi nasabah yang sudah mengisi *webform* tetapi merasa layanan lama karena antrian juga berdampak pada rasa kurang puas. Hasil penelitian terdahulu diperoleh bahwa *webform* membantu nasabah dalam transaksi secara cepat dan aman serta memberikan pengalaman pada nasabah dalam hal layanan dengan internet (Hasibuan et al., 2023). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu bahwa layanan fitur produk perbankan mempengaruhi kepuasan nasabah (Agustina & Krisnaningsih, 2023; Badaruddin & Risma, 2021; Oktariani et al., 2024; Setiagraha et al., 2023) Tetapi terdapat penelitian yang hasilnya pengetahuan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Suhayati et al., 2022).

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dikarenakan data yang ada berbentuk angka yang dianalisis dengan statistik. Metode kuantitatif merupakan cara mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data dengan sifat kuantitatif bertujuan pengujian hipotesis (Sugiyono, 2017). Hipotesis dalam penelitian ini yaitu: *webform* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan pengetahuan memoderasi *webform* terhadap kepuasan nasabah.

Sumber data pada penelitian didapat dari kuesioner atau angket yang disebarakan kepada sampel penelitian. Sampel penelitian berasal dari populasi, dimana populasi adalah objek dan subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini

adalah masyarakat Kota Palembang yang menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia, dengan jumlah populasi yang tidak terbatas. Jumlah populasi yang tak terbatas (*unknown population*). Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive* atau pertimbangan, yang menjadi pertimbangan adalah sampel merupakan nasabah dari bank BSI, berada di Kota Palembang, pernah menggunakan *webform* serta bersedia menjadi responden. Sementara jumlah sampel di batasi hingga 100 nasabah dari Bank Syariah Indonesia di Kota Palembang. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2017), dimana jumlah sampel penelitian yang baik antara 30 sampai 500 untuk penelitian.

Penelitian ini menggunakan angket (kuesioner) tertutup, karena menggunakan pernyataan pada angket menggunakan jawaban atau berupa tanggapan yang telah di sediakan dalam bentuk skala likert antara 1-5. Angket terdiri dari dari 3 variabel yaitu pada variabel *webform* sebagai variabel X (*independen*) kepuasan nasabah sebagai variabel Y (*dependen*) serta pengetahuan sebagai variabel moderasi (Z).

Indikator dari layanan *webform* pada penelitian ini di kutip dari (Perangin-angin, 2019) yang terdiri atas: kemudahan penggunaan, efisiensi, kecepatan akses dan efektivitas. Atribut dari kepuasan menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip (Tjiptono, 2019:101) dan dijadikan indikator kepuasan nasabah, yaitu:

1. Kesesuaian akan harapan, yaitu adanya kesesuaian dari kerja dari sebuah produk dengan harapan yang dirasakan nasabah atau pelanggan.
2. Minat untuk datang dimasa depan, yaitu bersedianya nasabah atau pelanggan datang kembali dimasa mendatang untuk menggunakan kembali produk atau jasa tersebut.
3. Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan, yaitu kesiediaan seorang nasabah atau pelanggan untuk memberikan rekomendasi pada orang lain.

Indikator untuk variabel pengetahuan dikutip dari: (Jalaluddin, 2014:83)

1. Pendidikan

Pendidikan merupakan proses perubahan sikap serta tata perilaku seseorang maupun kelompok dan usaha dalam mendewasakan dengan upaya pembelajaran, latihan, atau visi dari pendidikan yaitu mencerdaskan masyarakat.

2. Media

Media merupakan alat yang di desain untuk mencapai nasabah dimana saja dan masih dalam jangkauan perusahaan. Jadi contoh dari media massa cetak dan

elektronik.

### 3. Informasi

Infomasi merupakan segala sesuatu yang dapat diketahui, namun terdapat pula yang menekankan informasi untuk transfer pengetahuan. Selain itu kondisi dari informasi juga memiliki arti sebagai rancangan yaitu dalam Undang-undang teknologi informasi yang diartikan suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu.

Analisis data pada penelitian ini terdiri dari:

1. Uji validiitas, yang akan digunakan untuk menguji apakah angket sebagai alat ukur sudah tepat dalam mengukur variabel.
2. Uji reliabilitas, akan di gunakan untuk pengukuran kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.
3. Uji asumsi klasik untuk persamaan regresi menggunakan uji yang terdiri atas normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas)
4. Uji regresi linier berganda
5. Uji t dan uji F
6. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )
7. Uji Moderasi. Uji moderasi atau uji *moderrated regression analysis* (MRA) adalah aplikasi khusus regresi linier berganda, dengan persamaan regresi memiliki unsur terkait, yaitu adanya perkalian dari dua atau lebih variabel bebas. Uji terkait atau interaksi variabel moderasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana interaksi variabel moderating pengetahuan memoderasi *webform* terhadap kepuasan nasabah. Penggunaan MRA, sebagai berikut:

$$Y = \alpha_1 + \alpha_1 X + \alpha_2 Z + \epsilon \dots\dots\dots (1)$$

$$Y = \alpha_1 + \alpha_1 X + \alpha_2 Z + \alpha_3 X * Z + \epsilon \dots\dots\dots (2)$$

Ketentuan dari hasil persamaan menggunakan model *moderated regression analysis* (MRA) sebagai berikut:

1. Apabila hasil persamaan (1)  $\alpha_2 Z$ ,  $\alpha_2$  terdapat signifikan dan persamaan (2)  $\alpha_3 X * Z$ ,  $\alpha_3$  tidak terdapat signifikan, maka Z bukanlah variabel moderator, akan tetapi merupakan variabel prediktor atau variabel independen, *intervening*, *exogenous*, *antecedent*, maupun prediktor.
2. Apabila persamaan (1)  $\alpha_2 Z$ ,  $\alpha_2$  tidak terdapat signifikansi dan persamaan (2)  $\alpha_3$

- $X*Z$ ,  $\alpha_3$  terdapat signifikansi, untuk itu  $Z$  adalah *PURE MODERATOR* ( $Z$  adalah variabel moderator murni)
3. Apabila persamaan (1)  $\alpha_2Z$ ,  $\alpha_2$  tidak terdapat signifikan dan persamaan (2)  $\alpha_3 X*Z$ ,  $\alpha_3$  tidak terdapat signifikan, maka  $Z$  dinamakan sebagai variabel *HOMOLOGIZER MODERATOR*.
  4. Apabila persamaan (1)  $\alpha_2Z$ ,  $\alpha_2$  hasilnya signifikan dan persamaan (2)  $\alpha_3 X*Z$ ,  $\alpha_3$  hasilnya juga signifikan, maka  $Z$  merupakan variabel *QUASI MODERATOR* atau moderator semu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil penelitian berdasarkan hasil penyebaran angket diperoleh tanggapan yang bervariasi. Tanggapan tersebut kemudian dilakukan pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Uji validitas**

Variabel	Kuesioner	Rhitung	Rtabel	Hasil
<i>webform</i> (X)	P1	0,681	0,30	Valid
	P2	0,826	0,30	Valid
	P3	0,747	0,30	Valid
	P4	0,809	0,30	Valid
	P5	0,618	0,30	Valid
	P6	0,835	0,30	Valid
Pengetahuan (Z)	P1	0,873	0,30	Valid
	P2	0,796	0,30	Valid
	P3	0,864	0,30	Valid
	P4	0,842	0,30	Valid
	P5	0,857	0,30	Valid
	P6	0,857	0,30	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	P1	0,668	0,30	Valid
	P2	0,853	0,30	Valid
	P3	0,720	0,30	Valid
	P4	0,643	0,30	Valid
	P5	0,549	0,30	Valid
	P6	0,867	0,30	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 diketahui dari 18 pernyataan pada 3 variabel yang diajukan, dapat dinyatakan valid karena nilai dari *rhitung* > *rtabel*. Hal tersebut dikatakan valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuesioner penelitian.

Hasil uji reliabilitas dapat diketahui sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel penelitian	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>Webform</i>	0,788	0,70	Reliabel
Pengetahuan	0,807	0,70	Reliabel
Kepuasan nasabah	0,780	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

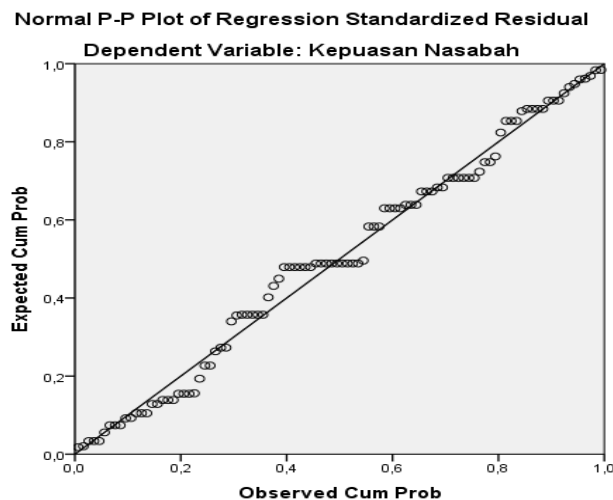
Tabel 2 diketahui hasil pengujian reliabilitas terhadap instrumen penelitian, dimana secara keseluruhan variabel penelitian yang terdiri dari *webform*, pengetahuan dan kepuasan nasabah adalah reliabel dengan hasil nilai *cronbach's Alpha* > kriteria 0,70.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik dilakukan karena pengolahan data menggunakan program SPSS, dengan uji terdiri dari normalitas, multikolinearitas serta heterokedastisitas.

Uji normalitas dengan menggunakan grafik *normal p-p plot* dan *One-Sample K-S test*.

**Gambar 1 Normal P-P Plot**



Sumber: hasil olah data, 2024

**Tabel 3. One Sample Kolmogorov – Smirnov Tes**

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,27624977
	Absolute	,089
Most Extreme Differences	Positive	,075
	Negative	-,089
Kolmogorov-Smirnov Z		,891
Asymp. Sig. (2-tailed)		,406

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji normalitas berdasarkan normal *p-p plot*, diasumsikan bahwa normalitas data terpenuhi karena titik-titik plot menyebar diantara garis diagonal. Hal ini tersebut juga didukung dengan hasil uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample K-S test*. Hasil uji untuk *Asym. Sig (2 - tailed)* dengan nilai 0,406 yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  5% (0,05).

Hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

**Tabel 4. Uji Multikolinearitas**

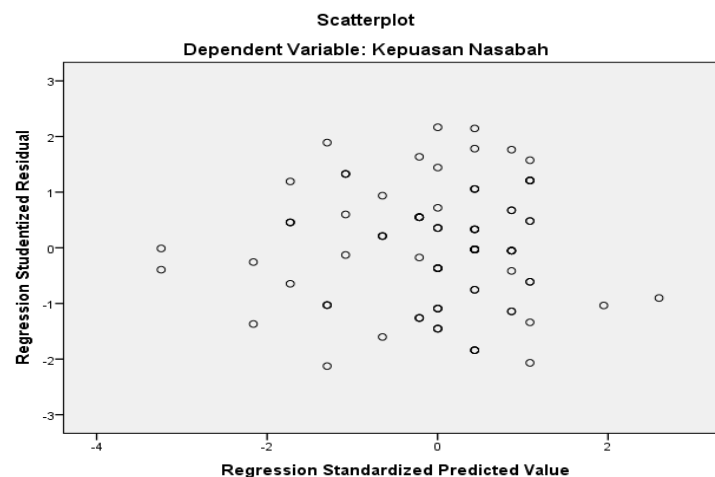
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 <i>webform</i>	0,417	2,293
Pengetahuan	0,585	1,755

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ . Dapat dinyatakan *webform* dan pengetahuan tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji Heterokedastisitas sebagai berikut:



**Gambar 2. Scatterplot**

Sumber: Data diolah, 2024

Gambar 2 menunjukkan terdapat pola penyebaran dimana titik plot berada secara acak atau tersebar diantara titik original pada sumbu Y, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model.

### Hasil Uji dengan *Moderat Regression Analysis (MRA)*

Hasil uji regresi linier dapat diketahui sebagai berikut:

**Tabel 5. Regresi linier  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,078	,231		8,996	,000
<i>Webform</i>	,532	,060	,665	8,818	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2024

Pada Tabel 5 dapat dibuat persamaan  $Y = 2,078 + 0,532X$ , dapat dinyatakan bahwa nilai konstanta sebesar 2,078 menunjukkan kepuasan nasabah sebelum dipengaruhi oleh variabel *webform*. Kemudian nilai koefisien regresi sebesar 0,532 menunjukkan bahwa adanya pengaruh searah dari *webform* terhadap kepuasan nasabah, apabila nilai dari *webform* sebesar satu skala, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,532. Hasil uji t diperoleh nilai  $t \text{ sig} < \alpha 5\% (0,05)$  yaitu  $0,000 < 0,05$  dan dapat dinyatakan *webform* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Nilai uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat diketahui pada tabel 6.

**Tabel 6. Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,721 <sup>a</sup>	,520	,510	,25908

a. Predictors: (Constant), *webform*

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 6 dapat diketahui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada kolom R square sebesar 0,520. Hasil tersebut menyatakan sebesar 52% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh *webform* sementara sisanya  $(100-52\%) = 48\%$  dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam estimasi penelitian ini.

### Hasil Uji Moderasi

Hasil uji moderasi dengan model *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Uji MRA dilakukan untuk menguji pengaruh *webform* terhadap kepuasan nasabah dengan pengetahuan sebagai variabel moderasi. Hasil uji sebagai berikut.

**Tabel 7 Hasil Uji MRA Tahap I *Webform* Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,268	,291		4,353	,000
1 <i>webform</i>	,428	,061	,535	6,957	,000
Pengetahuan	,303	,074	,316	4,114	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah  
 Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji MRA tahap I pada tabel 7 dengan variabel dependen kepuasan nasabah dan variabel independen *webform* untuk menjelaskan variabel pengetahuan dalam hubungan variabel *webform* terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan tabel 7 diketahui nilai  $\text{sig} = 0,000 < \alpha 5\% = 0,05$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 8. Hasil Uji MRA Tahap II *Webform* Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,402	,231		10,414	,000
1 <i>Webform</i>	,147	,113	,184	1,308	,194
<i>webform</i> x pengetahuan	,075	,019	,555	3,945	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah  
 Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji MRA tahap II pada tabel 8 dengan variabel dependen kepuasan nasabah dan variabel independen *webform* untuk menentukan jenis variabel moderasi pengetahuan. Berdasarkan hasil uji moderasi tahap II ini diperoleh nilai  $\text{sig} = 0,000 < \alpha 5\% = 0,05$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan adalah variabel *Quasi moderator* atau moderator semu antara variabel dependen kepuasan nasabah dan variabel independen *webform*.

### **Pengaruh *Webform* terhadap Kepuasan Nasabah**

*Webform* sebagai salah satu produk dari Bank Syariah Indonesia yang digunakan untuk alat pelayanan kepada nasabah. Produk tersebut di sediakan untuk memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin mendapatkan layanan dari *teller* dalam hal transaksi setoran dan penarikan. Bagi nasabah sebelum adanya layanan *webform* dapat mengisi form manual di Bank kemudian diberikan kepada *teller*, tetapi

setelah adanya *webform* maka nasabah harus mengisi form secara digital dan memberikan nomor kode dari pengisian *webform* pada teller untuk mendapatkan layanan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa *webform* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut diketahui dari hasil persamaan regresi linier dengan nilai koefisien dengan nilai positif sebesar 0,532. Selain berpengaruh positif juga signifikan dari variabel *webform* terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t sig sebesar 0,000. Pengaruh positif dan signifikan *webform* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Palembang karena dengan adanya fasilitas *webform*, nasabah merasa terbantu dalam mengisi form secara digital tanpa harus menulis dengan tangan. Kemudian hasil form yang di isi nasabah lebih rapi dan mudah dibaca baik oleh nasabah maupun petugas bank. Hasil ini juga didukung dengan penelitian sebelumnya oleh (Risma et al., 2023) mengenai kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, dimana *webform* juga merupakan produk layanan dari Bank Syariah Indonesia. Selain itu penelitian (Setiagraha et al., 2023) bahwa layanan digital bank juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kemudian berdasarkan penelitian yang dilakukan (Harb et al., 2022), bahwa layanan digital perbankan memberikan kepuasan pada nasabah bank di Lebanon di masa Covid-19. Sehingga pada penelitian ini dengan adanya layanan digital perbankan dengan penggunaan *webform* akan memberikan kepuasan pada nasabah Bank BSI di Kota Palembang

### **Pengaruh *Webform* terhadap kepuasan dimoderasi dengan Pengetahuan**

Hasil pengujian dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA), diperoleh pada MRA tahap I variabel dependen kepuasan nasabah dan variabel independen *webform* untuk menjelaskan variabel pengetahuan dalam hubungan variabel *webform* terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan tabel 7 diketahui nilai sig =  $0,000 < \alpha 5\% = 0,05$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kemudian pada MRA tahap II variabel dependen kepuasan nasabah dan variabel independen *webform* untuk menentukan jenis variabel moderasi pengetahuan. Berdasarkan hasil uji moderasi tahap II ini diperoleh nilai sig =  $0,000 < \alpha 5\% = 0,05$ . Sehingga pengetahuan adalah variabel *Quasi moderator* atau moderator semu antara variabel dependen kepuasan nasabah dan variabel independen *webform*. Hal tersebut karena pengetahuan merupakan hal yang penting dalam menggunakan *webform* dan pengetahuan tersebut mudah didapatkan dari petugas bank.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian diketahui bahwa *webform* memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut karena dengan adanya layanan digital perbankan dengan *webform* sangat membantu nasabah dalam mendapatkan layanan dari bank. Kemudian hasil uji MRA diperoleh bahwa pengetahuan adalah variabel *Quasi moderator* atau moderator semu antara variabel dependen kepuasan nasabah dan variabel independen *webform*. Hal tersebut karena pengisian *webform* tidak terlalu sulit untuk dipelajari dan pihak bank juga memberikan bantuan untuk memberikan pengetahuan cara penggunaan *webform*.

Saran yang dapat disampaikan diantaranya adalah pada saat nasabah membuka rekening, sebaiknya pihak bank memberikan informasi dan memberikan contoh mengenai penggunaan *webform* di Bank Syariah Indonesia, sehingga nasabah saat melakukan transaksi yang menggunakan *webform* sudah memiliki pengetahuan tersebut akan hal tersebut.

Penelitian memiliki berbagai kekurangan seperti variabel kepuasan nasabah banyak yang mempengaruhi, seperti kualitas pelayanan, tetapi pada penelitian ini hanya dikaji dari sisi layanan *webform*. Sehingga pada peneliti selanjutnya perlu meneliti dengan menambahkan variabel kualitas pelayanan. Kekurangan lainnya adalah objek yang hanya pada Kota Palembang, untuk hasil yang lebih baik ada baiknya mengambil objek pada berbagai kota yang ada di Indonesia. Selanjutnya sampel yang terbatas hanya di Kota Palembang dengan jumlah 100 responden, sebaiknya pada peneliti selanjutnya dapat mengambil sampel dari berbagai Kota yang terdapat Bank BSI, sehingga hasilnya lebih baik dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. A., & Krisnaningsih, D. (2023). "Pengaruh Penggunaan Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bsicabang Jenggolo." *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, Volume 6 N, 180–185.
- Ati, A., Shabri, M., Azis, N., & Hamid, A. (2020). Mediating the effects of customer satisfaction and bank reputation on the relationship between services quality and loyalty of islamic banking customers. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 25, 28–61.
- Badaruddin, & Risma. (2021). PENGARUH FITUR LAYANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) THE INFLUENCE OF SERVICE FEATURE AND EASE OF USE ON INTEREST

- OF USING MOBILE BANKING (Study on the Village Community . *Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.
- BSI. (2023). *Webform*.
- Cipek, K., & Ljutić, I. (2021). The influence of digitalization on tax audit. *Oditor*, 7(1), 37–69. <https://doi.org/10.5937/oditor2101037c>
- Dayyan, M., Nurjanah, & Bestari, U. D. A. (2022). Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan E-Banking Pada Bank Syariah Indonesia Di Kota Langsa. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 7(April), 191–206. <https://doi.org/10.32505/j-ebis.v7i1.4058>
- Dos Santos, L. B., Dorneles, C. F., & Mello, R. D. S. (2012). An approach for extracting web form labels based on distance analysis of HTML components. *Proceedings of the IADIS International Conference WWW/Internet 2012, ICWI 2012, October*, 27–34.
- Furqani, H., Khalil, Z. F., & Hamid, A. (2015). Moving forward Islamic finance: A reflection on the approach and direction. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 32(3).
- Hailat, K. Q., Jarah, B. A. F., Al-Jarrah, M. F. M., & Almatarneh, Z. (2023). The impact of electronic banking services on the use of technology by customers of conventional and Islamic banks in Jordan. *International Journal of Data and Network Science*, 7(2), 737–744. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.2.004>
- Hamid, A., Majid, M. S. A., & Khairunnisah, L. (2017). An Empirical Re-Examination of the Islamic Banking Performance in Indonesia. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 6(2), 219–232. <https://doi.org/10.6007/ijarems/v6-i2/3022>
- Harb, A., Thoumy, M., & Yazbeck, M. (2022). Customer satisfaction with digital banking channels in times of uncertainty. *Banks and Bank Systems*, 17(3), 27–37. [https://doi.org/10.21511/bbs.17\(3\).2022.03](https://doi.org/10.21511/bbs.17(3).2022.03)
- Hasibuan, R. A., Negeri, I., & Utara, S. (2023). Peranan Webform BSI Dalam Kemudahan Transaksi Online Di Bank Syariah Indonesia ( BSI ) KCP Medan Setia Budi. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 95–107.
- Jalaluddin. (2014). *Filsafat Ilmu Pengetahuan (Filsafat, Ilmu Pengetahuan dan Peradaban)*. RajaGrafindo Persada.
- Kaunen. (2017). *Pengantar Aplikasi Berbasis Web*. PT Elex Media Komputindo.
- Kismawadi, E. R. (2023). Improving Islamic bank performance through agency cost and dual board governance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2023-0035>
- Liniarti, S., & Nasution, R. S. A. (2023). Analysis of Factors Influencing Interest In The Use of Mobile Banking. *Journal of Management, Vol. 13*(No. 3), 1–7.
- Nasution, R. P., Dalimunthe, A. A., Irham, M., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *BanKu: Jurnal Perbankan dan Keuangan LAYANAN DIGITAL PADA BANK SYARIAH INDONESIA*. 4(Februari), 28–37.
- Nurjanah, N. (2021). Analisis potensi pembayaran non tunai pada pedagang di Kota Langsa. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 6, 188–199.

<https://doi.org/10.32505/j-ebis.v6i2.3646>

- Oktariani, F., Panorama, M., & Bayumi, M. R. (2024). *Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Demang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. 01(03), 618–626.
- Perangin-angin, W. ; T. D. (2019). *Layanan Elektronik Perbankan*.
- Risma, R., Salim, A., & Saprida, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Tabungan Easy Wadiah Di Bank Syariah Indonesia Kc Simpang Patal Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 3(2), 135–144. <https://doi.org/10.36908/jimesha.v3i2.249>
- Saipul Hadi, T., Ridho Kismawadi, E., Dahlawy, R., & Irvanni Bahri, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembayaran Non Tunai Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan*, 11(2), 138–150.
- Setiagraha, D., Sakti, I. P., & Batin, M. H. (2023). Pengaruh Layanan Digital Mobile Banking dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(1), 39–48. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i1.1029>
- Simamora, H. (2018). *Pemasaran Digital*. Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suhayati, Y. F., Maulina, A. N., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan Webform BSI dan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1681–1695. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1054>
- Sulistyaningsih, E. (2023). The Influence of Information Technology-Based Banking Services Against Customer Satisfaction. *Indonesian Journal of Banking and Financial Technology (FINTECH)*, 1(1), 13–24.
- Taskaro, D. W., & Suhari, E. (2022). *The Influence Of Digital Payment Implementation On Banking Stability In Indonesia ( A Study On Conventional Banks In Indonesia Listed On The Indonesia Stock Exchange )*. 528–533.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa, Krakarakteristik Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. January 2014.