

**PENGARUH *E- SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI BANK SUMUT MOBILE PADA
NASABAH BANK SUMUT KANTOR
CABANG JL RINGROAD
KOTA MEDAN**

SKRIPSI

**OLEH:
FIKRY ARI ANDA SIBUEA
NPM: 208320284**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 6/12/24

Access From (repository.uma.ac.id)6/12/24

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
APLIKASI BANK SUMUT MOBILE PADA
NASABAH BANK SUMUT KANTOR
CABANG JL RINGROAD
KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

**OLEH:
FIKRY ARI ANDA SIBUEA
NPM: 208320284**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 6/12/24

Access From (repository.uma.ac.id)6/12/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *E – Service Quality* dan *E – Trust* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang Jl Ringroad Kota Medan

Nama : Fikry Ari Anda Sibuea

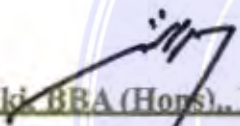
NPM : 208320284

Program Studi : Manajemen

-Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding


(Ahmad Rafiki, BBA (Hons), Mngt, P.hD, CIMA)



(Dr. Nur Aisyah SE, MM)

Pembimbing

Pembanding

Mengetahui:


(Ahmad Rafiki, BBA (Hons), Mngt, P.hD, CIMA)


(Fitriani Tobing SE, M.Si)

Dekan

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 1 Oktober 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “*pengaruh e- service quality dan e-trust terhadap keputusan penggunaan aplikasi bank sumut mobile pada nasabah bank sumut kantor cabang jl ringroad kota medan*” yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian bagian tertentu dalam skripsi ini yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penelitian ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 1 Oktober 2024

Yang menyatakan



Fikry Ari Anda Sibuea
NPM : 208320284

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKIRPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fikry Ari Anda Sibuea
NPM : 208320284
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive RoyaltyFree Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh E – Service Quality Dan E – Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang Jl Ringroad Kota Medan. Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak Cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 1 Oktober 2024

Yang menyatakan



Fikry Ari Anda Sibuea
NPM : 208320284

RIWAYAT HIDUP

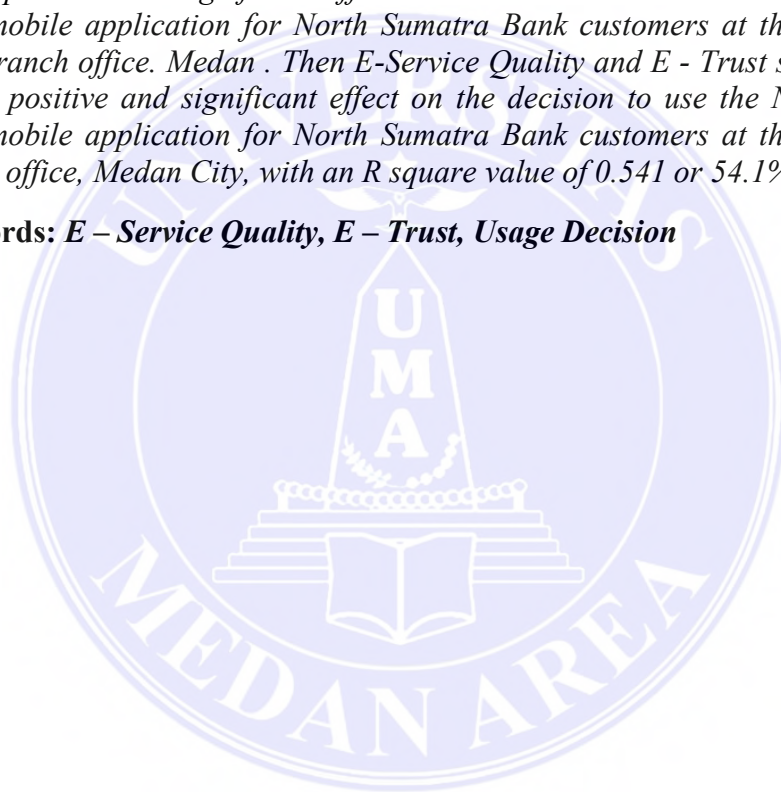


Nama	Fikry Ari Anda Sibuea
NPM	208320284
Tempat, Tanggal Lahir	Pandan, 2 Juni 2002
Nama Orang Tua	
Ayah	Abdul Rahman Sibuea
Ibu	Nur'aini Dahlan
Riwayat Pendidikan	
SMP	Namira Islamic School
SMA/SMK	Alfityan School Medan
Riwayat Studi di UMA	Mengikuti Magang Mandiri Dikantor Pusat Bank Sumut
Pengalaman Kerja	Bekerja di CV Nafal
No.HP/WA	08116402066
Email	fikryarianda12@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of E-Service Quality and E - Trust on the decision to use the North Sumatra Bank mobile application for North Sumatra Bank customers at the Jl Ringroad branch office, Medan City. This research uses secondary and primary data and then distributes questionnaires to North Sumatra Bank customers who use the North Sumatra Bank mobile application. The number of samples in this research was 44 respondents, the sampling technique used Probability Sampling with the Simple Random Sampling method. This type of research is quantitative and the data is processed using SPSS version 22 software. The results of this research show that E-Service Quality and E-Trust partially have a positive and significant effect on the decision to use the North Sumatra Bank mobile application for North Sumatra Bank customers at the Jl Ringroad Kota branch office. Medan . Then E-Service Quality and E - Trust simultaneously have a positive and significant effect on the decision to use the North Sumatra Bank mobile application for North Sumatra Bank customers at the Jl Ringroad branch office, Medan City, with an R square value of 0.541 or 54.1%.

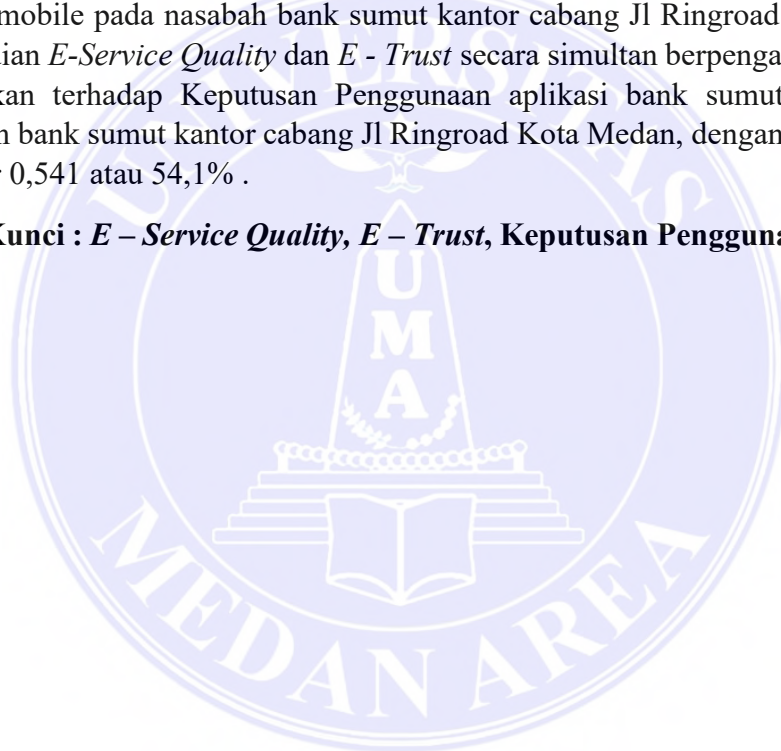
Keywords: *E – Service Quality, E – Trust, Usage Decision*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *E - Trust* terhadap keputusan penggunaan aplikasi bank sumut mobile pada nasabah bank sumut kantor cabang Jl Ringroad Kota Medan. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan primer lalu menyebarkan kuesioner kepada nasabah bank sumut pengguna aplikasi bank sumut mobile. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 44 reponden, teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling dengan metode Simple Random Sampling. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan data diolah menggunakan software SPSS versi 22. Hasil dari penelitian ini mengetahui bahwa *E-Service Quality* dan *E-Trust* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan aplikasi bank sumut mobile pada nasabah bank sumut kantor cabang Jl Ringroad Kota Medan . Kemudian *E-Service Quality* dan *E - Trust* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan aplikasi bank sumut mobile pada nasabah bank sumut kantor cabang Jl Ringroad Kota Medan, dengan nilai R square sebesar 0,541 atau 54,1% .

Kata Kunci : *E – Service Quality*, *E – Trust*, Keputusan Penggunaan



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *E – Servive Quality* Dan *E – Trust* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang Jl Ringroad Kota Medan”** dengan baik. Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta. Bapak Abdul Rahman Sibuea dan Ibu Nur'aini dahlan yang selalu memberikan ketulusan doa dan dukungannya baik secara moril maupun material, dan saudaraku yang telah memberikan dukungan moral maupun spritual dalam mengerjakan skripsi.

Penyusunan skripsi ini bertujuan sebagai persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Program Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Dalam menyusun skripsi ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Dahlan Ramlan, M.Eng., M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan dan Dosen Pembimbing Universitas Medan Area
3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

4. Ibu Nur Aisyah SE, MM selaku dosen pembeding yang telah memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah SE, M.Sc selaku dosen sekretaris yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teruntuk para saudara dan saudariku yang telah banyak memberikan dukungan dan semangat disetiap harinya kepada saya
7. Teruntuk teman-teman seperjuangan Ryan, Rezy, Habi feraro, Kevin, Macan, Ridhwan, Doan, Abi, Valen, Putri, Mei, dan Yaning, terima kasih atas dukungan dan semangatnya untuk membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Dan terakhir, terima kasih kepada diri sendiri yang sudah berjuang dan berusaha sejauh ini untuk menyelesaikan semuanya

Peneliti menyadari tugas akhir skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun diharapkan demi kesempurnaan tugas akhir skripsi. Penulis berharap tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata dari penulis mengucapkan terima kasih.

Peneliti



Fikri Ari Anda Sibuea
NPM: 208320284

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. <i>E-Service Quality</i>	12
2.1.1 Pengertian <i>E-Service Quality</i>	12
2.1.2 Indikator <i>E-Service Quality</i>	13
2.1.3 <i>E-Recovery Service quality</i>	14
2.1.4 Indikator <i>E-Recovery Service Quality</i>	14
2.2 <i>E-Trust</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>E-Trust</i>	15
2.2.2 <i>Indikator E-Trust</i>	17
2.3 Keputusan Penggunaan	17
2.3.1 Pengertian Keputusan Penggunaan	17
2.3.2 Faktor-Faktor Keputusan Penggunaan.....	18
2.3.3 Aspek Aspek Keputusan Penggunaan	20
2.3.4 Indikator keputusan penggunaan	21
2.4 Penelitian Terdahulu.....	22
2.5 Hubungan Variabel.....	25
2.5.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Penggunaan	25
2.5.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap Keputusan Penggunaan.....	25
2.6 Kerangka Konseptual	26
2.7 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian.....	28
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.1.2 Waktu Penelitian.....	28

3.2 Populasi Dan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel.....	29
3.4 Skala Pengukuran Variabel	32
3.5 Definisi Operasional Variabel	33
3.6. Uji Instrumen.....	34
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji reliabilitas	35
3.7 Uji Asumsi Klasik	36
3.7.1 Uji Normalitas.....	36
3.7.2 Uji Multikolinieritas	36
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8 Teknik Analisis Data	37
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	37
3.8.2 Uji Regresi Linier Berganda	38
3.9 Uji Hipotesis.....	38
3.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	38
3.9.2 Uji Simultan (Uji F).....	39
3.10 Koefisien Determinansi (R ²).....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Sekilas Profil Bank Sumut	40
4.1.2 Visi Dan Misi	41
4.1.3 Logo Bank Sumut	41
4.2 Karakteristik Sampel.....	41
4.2.1 Karakteristik Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2 Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia.....	42
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	44
4.4 Deskripsi Variabel.....	45
4.5 Uji Asumsi Klasik	50
4.5.1 Uji Normalitas	50
4.5.2 Uji Multikolinearitas	51
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.6 Teknik Analisis Data.....	52
4.6.1 Analisis Deskriptif Statistik	52
4.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.7 Uji Hipotesis.....	54
4.7.1 Uji t.....	54
4.7.2 Uji F	56
4.8 Koefesien Determinansi	57

4.9 Pembahasan.....	57
4.9.1 Pengaruh <i>E – Service Quality</i> Terhadap Keputusan Penggunaan	58
4.9.2 Pengaruh <i>E – Trust</i> Terhadap Keputusan Penggunaan.....	58
4.9.3 Pengaruh <i>E – Service Quality</i> Dan <i>E – Trust</i> Terhadap Keputusan Penggunaan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Kepuasan Nasabah.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Instrumen Pengukuran Likert.....	32
Tabel 3.3 Definisi operasional Penelitian.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel E - Service Quality	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel E - Trust.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan.....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel E - Service Quality	45
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel E - Trust	47
Tabel 4.9 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Penggunaan.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	53
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	55
Tabel 4.14 Hasil Uji F	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefesien Determinasi.....	57

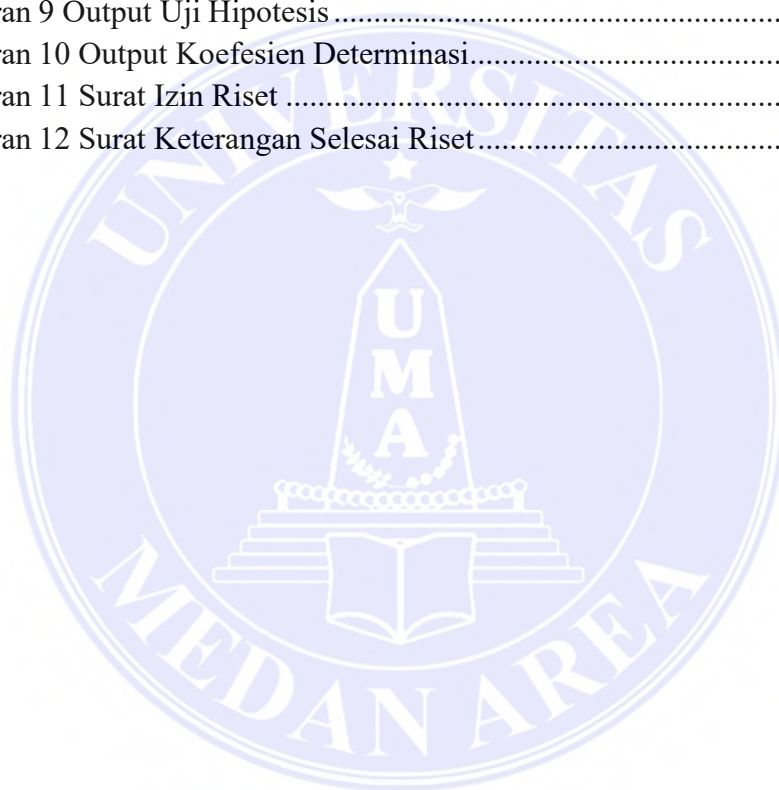
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna M-Banking Bank Sumut	5
Gambar 1.2 Gambar Aplikasi Bank Sumut Mobile	6
Gambar 1.3 Ulasan Nasabah Terkait Bank Sumut Mobile	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 4.1 Logo Bank Sumut	41
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	50
Gambar 4.3 Grafik Normal Probability Plot	51
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	66
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	69
Lampiran 3 Hasil Output SPSS Uji Validitas.....	71
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Lampiran 5 Tabulasi Utama Jawaban Responden.....	74
Lampiran 6 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	87
Lampiran 7 Analisis Deskriptif Statistik	89
Lampiran 8 Output SPSS Analisis Regresi	89
Lampiran 9 Output Uji Hipotesis	89
Lampiran 10 Output Koefesien Determinasi.....	90
Lampiran 11 Surat Izin Riset	91
Lampiran 12 Surat Keterangan Selesai Riset.....	92



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, istilah bank sudah dikenal sejak tahun 1828, walaupun sebenarnya bank itu sendiri sudah ada sejak tahun 2000 SM di Babilonia yang dikenal dengan *Temples of Babylon*. Perbankan terus berkembang dan mengalami perubahan dari waktu ke waktu, menyesuaikan kebutuhan Masyarakat yang terus berkembang dan bertambah, seiring dengan perkembangan zaman, teknologi juga terus berkembang. Terkhususnya kegiatan Bank Perkembangan Daerah (BPD) beberapa tahun belakangan ini sudah didukung oleh teknologi, seperti penggunaan *mobile banking* dan *internet banking* yang menjadikan proses transaksi menjadi lebih efisien.

Perbankan saat ini sudah mulai bergerak ke arah *digital banking*. *digital banking* sendiri merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabahnya untuk melakukan seluruh kegiatan melalui *smartphone*, mulai dari pembukaan rekening hingga transaksi lainnya. Penyelenggaraan *digital banking* ini juga sudah diatur dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 12/POJK.03/2018. Menurut Kepala Departemen Otoritas Jasa Keuangan(OJK) Antonius Hari, sudah ada 80 Bank di Indonesia yang mencoba melakukan pelayanan *digital banking*.

E-Service Quality adalah Kualitas pelayanan merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Service Quality adalah sebuah penilaian apa yang konsumen terima dengan apa yang konsumen harapkan saling

bersesuaian atau berlawanan. Bagi para perusahaan pelayanan jasa, perusahaan benar-benar dituntut oleh konsumennya untuk memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, memberikan pelayanan yang baik mampu membedakan perusahaan dengan pesaing dan membentuk positioning bagi Perusahaan

E-Service Quality adalah Kualitas pelayanan merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Service Quality adalah sebuah penilaian apa yang konsumen terima dengan apa yang konsumen harapkan saling bersesuaian atau berlawanan. Bagi para perusahaan pelayanan jasa, perusahaan benar-benar dituntut oleh konsumennya untuk memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, memberikan pelayanan yang baik mampu membedakan perusahaan dengan pesaing dan membentuk positioning bagi Perusahaan

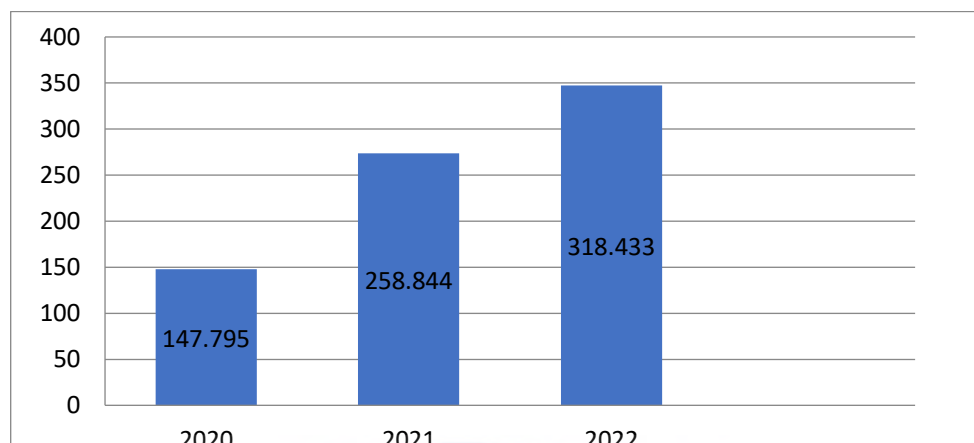
Kepercayaan pada layanan jasa berbasis internet disebut elektronik trust (e-trust). E-trust didefinisikan sebagai kepercayaan terhadap harapan dalam situasi risiko online bahwa kerentanan tidak akan dieksploitasi. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.

Kepuasan nasabah menjadi focus perhatian oleh hampir semua pelaku bisnis, dimana tingkat kepentingan dan harapan nasabah serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan Perusahaan haruslah sesuai. Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan jangka Panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi Perusahaan penyedia jasa (bank). Saat ini, setiap bank harus mampu bersaing terutama dalam hal mengeluarkan produk dan jasa terbaiknya.

Keputusan penggunaan *mobile banking* sebagai teknologi informasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya persepsi kemudahan. Hal ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang diusung oleh Davis dkk pada 1989 dengan tiga indikator, di antaranya adalah kemudahan mempelajari *mobile banking*, tidak membutuhkan usaha mental dalam mempelajarinya, serta mampu mengikuti prosedur dalam aktivitas perbankan melalui *mobile banking* (Akturan & Tezcan, 2012). Penelitian Pratiwi (2020) menemukan bahwa determinan utama Selain adanya pengaruh yang signifikan tingkat pendidikan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* (Gupta & Varma, 2019; Izogo & Nnaemeka, 2012; Kose & Guleryuz, 2020), ditemukan pula bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh yang kuat terhadap sikap (Buchari, 2015; Gupta & Varma, 2019; Maduku, 2013). Namun, penelitian Koksal (2016) dan Lozada (2019) justru menemukan hal yang bertentangan. Dalam penelitiannya, pendidikan justru tidak memengaruhi terhadap keputusan penggunaan *mobile banking* secara signifikan. Penelitian Oyeleye (2015) dan Johara (2014) juga ditemukan bahwa tingkat pendidikan seseorang tidak berpengaruh terhadap sikap seseorang dalam keputusan penggunaan online banking

Teknologi digital m-banking di Indonesia saat ini terus mengikuti perkembangan zaman dan mampu menjangkau ke berbagai pelosok daerah. Jasa layanan digital banking sebagai sarana elektronik yang dilakukan secara mandiri, sehingga kegiatan operasional maupun layanan bank kepada nasabah menjadi lebih efektif dan semakin berkualitas. Melalui *mobile banking* pihak perbankan mampu membuat komitmen dalam memberikan layanan yang lebih cepat, lebih mudah,

lebih nyaman, sehingga dimana saja dan kapan saja nasabah dapat melakukan transaksi keuangan dengan lebih aman. Dengan adanya mobile banking, bank dapat meningkatkan kualitas layanan sekaligus mengurangi biaya jasa. Bank Sumut Mobile merupakan aplikasi digital banking terbaru dari Bank Sumut yang lebih modern, inovatif dan lengkap. Aplikasi Bank Sumut Mobile ditujukan pada kalangan nasabah milenial dalam hal layanan serta digital seperti fingerprint, face recognition, cek mutasi, tarik tunai dan fitur perbankan lainnya. Berdasarkan rating dan ulasan singkat yang tertera pada google playstore khususnya pengguna Bank Sumut Mobile yang telah menginstal aplikasi Bank Sumut Mobile mengalami masalah dan terdapat risiko pada pengguna, walaupun Bank Sumut Mobile telah memiliki beberapa keunggulan dengan berbagai macam fitur aplikasi, masalah tersebut antara lain, server bank sumut sedang sibuk, pengguna mengalami kegagalan dalam bertransaksi, mengalami eror sehingga gagal tranfer tetapi saldo terpotong, log out sendiri-sumut mobile internet banking eror, beli pulsa gagal tapi saldo terpotong, top up e-money berhasil tapi saldo e-money tidak bertambah. menggunakan aplikasi Bank Sumut Mobile. Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya feedback buruk yang diberikan oleh pengguna. Pandangan bahwa adanya ketiaksesuaian antara realita dengan ekspektasi nasabah, yang selalu mengharapkan layanan yang berkualitas dan tentunya berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah akibat risiko yang ditimbulkan dalam menggunakan aplikasi Bank Sumut Mobile kepada bank penyedia layanan, sehingga berdampak pada kepuasan nasabah itu sendiri.



Gambar 1.1 Data Pengguna M-Banking Bank Sumut

Sumber: Bisnis.com

Berdasarkan hasil observasi awal, pengguna *mobile banking* pada PT. Bank Sumut memiliki jumlah pengguna aktif sebanyak 200 Ribu lebih pengguna dan pada saat pandemik kemarin Bank Sumut meningkat dalam penggunaan *mbanking* ini naik 47% dari tahun sebelumnya atau sebanyak 147ribu lebih pengguna baru. Dimana *m-banking* pada Bank sumut ini melayani berbagai transaksi kebutuhan, *m-banking* ini juga sudah mendukung *cardlezz*.

Tahun 2021 layanan *Mobile Banking* PT. Bank Sumut meraih banyak peringkat dimana meraih peringkat I Satisfaction Index 2021 *mobile banking* pada ajang penghargaan 4 th Satisfaction, Loyalty And Engagement Index 2021. Selain itu penghargaan 1st Satisfaction Index untuk *mobile banking*, dan serta Bank Sumut juga meraih peringkat III Loyalty Index 2021 dan peringkat V Best Overall SLE 2021. Bahkan pada tahun 2022 aplikasi *Mobile Banking* Bank Sumut berhasil meraih peringkat pertama pada 5th *infobank SLE Awards*. Menurut majalah Bank Informasi Bank Keliling, Bank Sumut memperoleh 81,31% dalam kategori bank pembangunan daerah (BPD), dimana acara ini diselenggarakan secara virtual oleh

Majalah Infobank bekerja sama dengan Marketing Research Indonesia (MRI). Penghargaan tersebut mendorong bank untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya sehingga nantinya nasabah memilih layanan tersebut dan terhubung dengan bank yang bersangkutan.

Aplikasi *Mobile Banking* PT Bank Sumut *launching* pada tahun 2019. Berdasarkan pengalaman selama peneliti melaksanakan kegiatan praktik kerja lapangan pada PT Bank Sumut masih tergolong kurang baik. Dikarenakan pada sistem aplikasi berbasis *mobile banking* PT Bank Sumut untuk melihat mutasi hanya dapat melihat 5 transaksi terakhir, dan sering terjadinya eror. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat apakah pengaruh E-Quality, sistem dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi berbasis *mobile banking* pada PT Bank Sumut khususnya Bank Sumut Kantor Cabang Jl.Ringroad



Gambar 1.2 Gambar Aplikasi Bank Sumut Mobile

Sumber : Website Bank Sumut

Selain dari performance tersebut, jaminan dari suatu pelayanan juga ditentukan dari adanya komitmen organisasi yang kuat, yang menganjurkan agar setiap pegawai memberikan pelayanan secara serius dan sungguh-sungguh untuk memuaskan orang yang dilayani. Bentuk jaminan yang lain yaitu jaminan terhadap pegawai yang memiliki perilaku kepribadian (personality behavior) yang baik dalam memberikan pelayanan, tentu akan berbeda pegawai yang memiliki watak atau karakter yang kurang baik dan yang kurang baik dalam memberikan pelayanan.

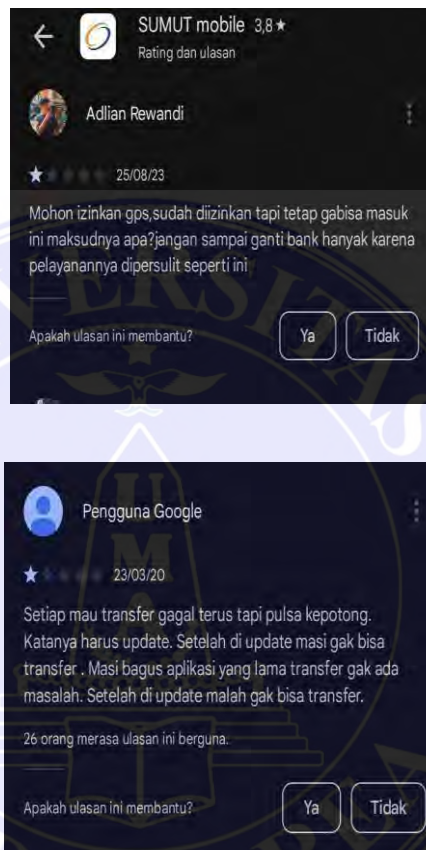
Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Kepuasan Nasabah

NO	Pernyataan	Jawaban	
		YA	TIDAK
1.	Kualitas pelayanan Mobile Banking Bank Sumut sesuai dengan harapan saya.	30%	70%
2.	Saya merasa puas dengan Aplikasi Mobile Banking Bank Sumut.	50%	50%
3.	Saya tidak mengalami kendala dalam proses pelayanan Mobile Banking.	20%	80%

Sumber: Olah Data Pra Survey

Berdasarkan hasil pra survey diatas dan juga ulasan dari data yang telah penulis dapatkan maka disimpulkan bahwa kualitas dari pelayanan yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut beberapa kali sering ditemukan bahwasanya kurangnya proses pelayanan yang dilakukan proses sehingga hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan nasabah menurun. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan bank adalah dengan memperhatikan kemudahan penggunaan yang dapat dimengerti dengan mudah sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan sistem layanan mobile banking (Dirwan, 2018). Mengenai fitur

layanan kemudahan dalam mengakses aplikasi tersebut, fenomena ini juga didukung oleh ulasan para nasabah pada aplikasi Playstore dan Appstore tentang aplikasi Bank Sumut Mobile.



Gambar 1.3 Ulasan Nasabah Terkait Bank Sumut Mobile

Sumber: Playstore

Dari beberapa komentar atau ulasan mengenai aplikasi Bank Sumut Mobile, Ulasan nasabah mengenai fitur layanan pada aplikasi, mulai dari aplikasi yang tidak memberikan kemudahan untuk digunakan atau dipelajari. Dengan adanya beberapa keluhan yang masih dirasakan oleh nasabah pengguna layanan m-banking, dalam hal ini bank harus meningkatkan penerapan layanan mobile banking agar fungsi layanan perbankan dapat digunakan oleh konsumen dengan sebaik

mungkin dan layanan terbaik ditawarkan kepada konsumen. Oleh karena itu, bank harus memperhatikan hal-hal berikut saat menawarkan jasa: 1) keamanan karena aplikasi yang aman dapat melindungi kerahasiaan data pribadi dan transaksi nasabah dapat terjaga. 2) kemudahan dimana layanan yang diberikan dapat memudahkan nasabah, dari fitur fitur menu yang diberikan dan juga kemudahan bertransaksi. 3) kecepatan dimana kecepatan ini sangat dibutuhkan agar tidak memakan waktu nasabah dan serta dapat dilakukan dimana saja tanpa ada halangan 4) Menambahkan fitur E-Wallet pada aplikasi Mobile Banking Bank Sumut.

Visi Bank Sumut Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh E-Service Quality dan E-Trush Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut”**

1.2 Rumusan Masalah

Menurut urain latar belakang yang telah dipaparkan, sehingga rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. E-Service Quality berpengaruh terhadap keputusan Penggunaan Bank Sumut Mobile pada Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang Jl.Ringroad Kota

Medan, dimana E-Service Quality merupakan saluran promosi yang mampu menyampaikan informasi yang dibutuhkan nasabah terkait aplikasi.

2. E-trust berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Pada Nasabah pengguna aplikasi Bank Sumut Mobile Kantor Cabang Bank Sumut Jl.Ringroad Kota Medan.
3. Menurunnya kepercayaan nasabah bank sumut disebabkan kurangnya fitur E-Wallet yang ada pada Aplikasi Bank Sumut Mobile.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah E-Service Quality berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile pada Nasabah Bank Sumut?
2. Apakah E-Trust berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Mobile Bank Sumut pada Nasabah Bank Sumut?
3. Apakah E-Service Quality dan E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada Aplikasi Mobile Banking Bank Sumut?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah di paparkan, maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile pada Nasabah Bank Sumut
2. Untuk mengetahui pengaruh E-Trust terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile pada Nasabah Bank Sumut
3. Untuk mengetahui pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile pada Nasabah Bank Sumut

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat diharapkan bisa memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini bagi penulis dapat memperluas pemahaman mengenai tantangan yang di hadapi oleh perusahaan terutama yang terkait dengan marketing dan memberikan manfaat dalam menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Keputusan Penggunaan Bank Sumut Mobile'

2. Bagi Pembaca

Hasil yang diperoleh dapat digunakan sebagai referensi bagi pembaca agar Tulisan ini dapat berkembang dan menghasilkan penelitian baru

3. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan sumber pendukung untuk pihak selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian dengan topik yang sama

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *E-Service Quality*

2.1.1 Pengertian *E-Service Quality*

E-Service Quality adalah Kualitas pelayanan merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan. Service Quality adalah sebuah penilaian apa yang konsumen terima dengan apa yang konsumen harapkan saling bersesuaian atau berlawanan. Bagi para perusahaan pelayanan jasa, perusahaan benar-benar dituntut oleh konsumennya untuk memberikan kualitas pelayanan yang maksimal, memberikan pelayanan yang baik mampu membedakan perusahaan dengan pesaing dan membentuk positioning bagi perusahaan

Menurut **Zeithaml**. dalam **Kuang (2011)** E-Service Quality adalah yaitu adanya pemahaman sebelum dan setelah menggunakan website yang diartikan sebagai evaluasi efisiensi dan efektif di dalam berbelanja. Melakukan pembelian dan pengantaran layanan secara online. Pengukuran kualitas layanan elektronik dapat dilakukan dengan mengukur produk atau layanan yang disarankan oleh pelanggan dan membandingkannya dengan produk atau layanan yang diharapkan pelanggan menurut dimensi tertentu dari kualitas layanan elektronik.

Menurut **Tjiptono (2011)** E-Service Quality adalah bersifat *intangible* (asset tidak berwujud) dan lebih merupakan proses yang dialami pelanggan secara subyektif, dimana aktifitas produksi dan konsumsi berlangsung pada saat

bersamaan selama proses berlangsung, terjadi interaksi yang meliputi serangkaian *moments of truth* antara pelanggan dan penyedia jasa.

Menurut **Mulyawan dkk (2014)** mengatakan bahwa E-Service Quality adalah persepsi pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan. Hanya pelanggan yang menilai kualitas layanan suatu Perusahaan atau tidak.

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat di simpulkan bahwa E-service Quality Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa E-Service merupakan gabungan antara pelayanan dan elektronik. E-Service adalah langkah yang tepat untuk mengatasi kesulitan dari pelayanan tradisional yang kendalanya sering ada di terbatasnya fasilitas dari perusahaan itu sendiri. Dari sisi keefisienan waktu, E-Service bisa diakses lebih fleksibel bagi pelanggan dimanapun dan waktu respon dari perusahaan yang tergolong cepat, walaupun hingga saat ini baru sedikit yang melakukan E-Service secara real time. Jadi E-Service Quality memberikan pelayanan yang efisien dan efektif dalam bertransaksi menggunakan Aplikasi Gojek sehingga memudahkan konsumen dalam bertransaksi.

2.1.2 Indikator *E-Service Quality*

Indikator kualitas pelayanan elektronik (*e-service quality*) yang disebutkan oleh **Amel (2020)** dapat diperparah sebagai berikut :

1. *System Availability* (Ketersediaan Sistem)
2. *Fullfilment* (Pemenuhan)
3. *Privacy* (Privasi)
4. *Efficiency* (Efisiensi)

2.1.3 *E-Recovery Service quality*

Menurut **Anton (2014)** dalam penelitiannya *E-Recovery Service Quality* merupakan layanan yang diberikan konsumen ketika terjadi kegagalan layanan atau ketidakpuasan konsumen atas layanan yang diberikan secara elektronik.

Menurut **Riski (2017)** *E-Recovery Service Quality* merupakan upaya-upaya layanan yang diberikan oleh penyedia jasa online kepada konsumen ketika mengalami kegagalan dan ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan atas semua bentuk layanan yang diberikan.

Menurut **Widiamika (2017)** *E-Recovery Service Quality* ditunjukkan untuk mengatasi ketidaksesuaian ekspektasi kualitas layanan dibawah harapan pelanggan.

Dari definisi diatas penulis dapat menyimpulkan *E-Recovery Service Quality* yaitu layanan yang diberikan kepada konsumen secara online jika terjadi kesalahan dalam layanan yang diberikan atas ketidakpuasan konsumen.

2.1.4 *Indikator E-Recovery Service Quality*

E-Recovery Service quality menurut Parasurmen et al dalam **Anton (2014)** menyatakan dibagi menjadi 3 indikator sebagai berikut:

1. *Responsivness* (Responsif)

Memberikan tanggapan dengan cepat pada situs layanan tersebut

2. *Compensation* (Kompensasi)

Tingkat kompensasi yang diterima oleh pelanggan bila terjadi masalah

3. *Contact* (kontak)

Ketersediaan customer service melalui telepon, online chat atau perwakilan dalam fasilitas pendukung online.

2.2 *E-Trust*

2.2.1 *Pengertian E-Trust*

Kepercayaan pada layanan jasa berbasis internet disebut elektronik trust (e-trust). E-trust didefinisikan sebagai kepercayaan terhadap harapan dalam situasi risiko online bahwa kerentanan tidak akan dieksploitasi. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.

Menurut **Kotler dan Kettler** E-Trust adalah kesediaan Perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis, membangun kepercayaan bisa menjadi hal yang sulit dalam situasi online, Perusahaan menerapkan peraturan ketat kepada mitra bisnis online mereka dibanding mitra lainnya, karena pihak pembeli akan merasa khawatir bahwa mereka tidak akan mendapatkan produk atau jasa dengan kualitas yang tepat dan dihantarkan ketempat yang tepat pada waktu yang tepat, begitupun sebaliknya.

Menurut **Kim** E-trust adalah kepercayaan pelanggan pada sebuah sistem online (e-trust) adalah dimensi utama dari sebuah sistem online. E-Trust juga merupakan suatu kepercayaan umum atau sebuah niat kepercayaan yang membawa pihak lain dapat dipercayai atau memberikan kesediaan suatu pihak untuk peka terhadap sebuah Tindakan yang dilakukan oleh pihak lainnya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian e-trust atau kepercayaan elektronik adalah aspek dasar dari sebuah bisnis, di mana

sebuah transaksi bisnis akan terjadi apabila terdapat kepercayaan di antara masing-masing pihak. Kepercayaan tersebut tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi harus dibangun sejak awal. Kepercayaan ini juga merupakan penggerak dalam suatu hubungan yang efektif.

Menurut **Mayer (2006)** terdapat indikator – indikator yang membentuk kepercayaan seseorang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Ability* adalah kemampuan yang dapat diartikan sebagai keterampilan penjual dalam beberapa bidang teknis sehingga membuat pelanggan percaya pada tugas yang berkaitan atau yang diberikan seperti bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, serta mengamankan transaksi sehingga konsumen memperoleh kepuasan dan jaminan keamanan dalam melakukan transaksi.
2. *Benevolence* adalah kebajikan hati yang dapat diartikan sebagai kemauan penjual untuk memberikan perhatian dalam mewujudkan kepuasan konsumen dalam hal ini penjual tidak berfokus terhadap keuntungan saja tetapi juga berniat untuk mewujudkan kepuasan pelanggan.
3. *Integrity* atau integritas dalam hal kepercayaan integritas dapat melibatkan suatu persepsi bahwa penjual harus mematuhi prinsip - prinsip perdagangan sehingga pelanggan dapat mempercayai penjual tersebut seperti bagaimana kesesuaian informasi produk yang diberikan dan kualitas produk yang dapat dipercaya.

2.2.2 Indikator E-Trust

Menurut Suaidi dkk (2022) *e-trust* diukur dengan 3 indikator yaitu:

- 1) Kemampuan
- 2) Keamanan
- 3) Keyakinan Penanganan Resiko

2.3 Keputusan Penggunaan

2.3.1 Pengertian Keputusan Penggunaan

Keputusan Penggunaan adalah memilih satu diantara banyak pilihan dari alternatif yang ada. Pada umumnya keputusan dibuat dalam rangka untuk memecahkan masalah atau persoalan (*problem solving*). setiap keputusan yang akan dibuat pasti ada tujuan yang dicapai.

Menurut **Supranto (1998)** Inti dari keputusan penggunaan yang dibuat adalah titik dalam perumusan berbagai alternatif Tindakan yang sesuai dengan yang sedang diperhatikan dan memilih dari berbagai macam alternatif yang tepat setelah melakukan evaluasi atau penilaian. Salah satu komponen yang terpenting dalam pengambilan keputusan adalah suatu kegiatan pengumpulan informasi dari mana suatu apresiasi mengenal situasi keputusan dapat dibuat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia KBBI (2002) Keputusan Penggunaan adalah sesuatu yang berkaitan dengan putusan, segala sesuatu yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut **Peter dan Olson (2000)** Pengambilan Keputusan Penggunaan adalah proses pengintegrasian yang melibatkan

pengetahuan untuk mengevaluasikan dua atau lebih alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.

Menurut **Kotler dan Keller (2012)** proses keputusan penggunaan adalah proses lima tahap yang dilewati konsumen, dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative yang dapat memecahkan masalahnya, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian yang sesungguhnya dilakukan oleh nasabah dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

2.3.2 Faktor-Faktor Keputusan Penggunaan

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan menurut **(Kotler, 2013)** dipengaruhi oleh empat faktor sebagai berikut:

1. Faktor Budaya. sub budaya, dan kelas sosial merupakan hal yang sangat penting dalam terbentuknya perilaku penggunaan. Budaya merupakan salah satu faktor penentu keinginan dan perilaku nasabah yang paling dasar.
2. Faktor Sosial
 - a. Kelompok menjadi acuan dalam perilaku keputusan nasabah dapat diartikan sebagai kelompok yang berpengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
 - b. Keluarga dibagi lagi menjadi dua jenis, yaitu keluarga orientas yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang yang dapat memberikan orientasi agama, politik, dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri, dan cinta.

Selanjutnya itu ada keluarga prokreasi yang terdiri dari pasangan dan jumlah anak.

3. Pribadi

a. Usia dan siklus hidup keluarga

Orang membeli barang dan jasa tentunya mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda sepanjang hidupnya dimana kegiatan konsumsi ini dipengaruhi oleh faktor usia dan siklus hidup keluarga

b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pekerjaan dan lingkungan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi kebutuhannya. Biasanya pemilihan produk juga dipertimbangkan berdasarkan keadaan ekonomi seseorang seperti besarnya penghasilan yang dimiliki, jumlah tabungan, utang dan sikap terhadap belanja atau menabung

c. Gaya hidup

Gaya hidup dapat diartikan sebagai sebuah pola hidup seseorang yang terungkap dalam aktivitas, minat dan opininya yang terbentuk melalui kelas sosial dan pekerjaan. Melihat hal ini sebagai peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar atau produsen yang mengarahkan merek mereka pada gaya hidup seseorang.

d. Kepribadian

Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia yang berbeda yang menghasilkan tanggapan relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam

menganalisis pilihan merek konsumen. Hal ini disebabkan karena beberapa kalangan konsumen akan memilih merek yang cocok dengan kepribadiannya.

e. Psikologis

Faktor psikologis ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

2.3.3 Aspek Aspek Keputusan Penggunaan

Menurut **Swastha (1998)** aspek dalam pengambilan Keputusan Penggunaan adalah:

a. Rasional

Dalam aspek rasional nasabah selalu mempertimbangkan faktor harga, manfaat, merk. Nasabah berusaha mencari informasi tentang suatu produk dan kemudian baru memutuskan untuk menggunakan.

b. Emosional

Yaitu motif pembelian yang berkaitan dengan perasaan seseorang. Biasanya nasabah menggunakan hanya karena pertimbangan estetikan dengan kesenangan Indera saja. Mereka umumnya lebih subyektif.

Menurut **Witte dkk (2005)** mengatakan aspek-aspek penggunaan keputusan ada tiga yaitu:

a. Rasional

Dalam aspek rasional nasabah mengambil keputusan untuk menggunakan jasa *mobile banking bank sumut* dengan penuh kesadaran dan mempertimbangkan semua alternatif yang ada untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

b. Emosional

Dalam aspek emosional nasabah menggunakan jasa dari *mobile banking Bank Sumut* tentu karna dorongan perasaan, naluri, dan pengalaman sebelumnya.

c. Behavioral

Dalam aspek behavioral nasabah mengambil keputusan untuk mempertimbangkan sejumlah pendapat tentang tekanan dari lingkungan eksternal.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa aspek-aspek penggunaan keputusan menggunakan jasa *mobile banking Bank Sumut* adalah aspek rasional, emosional, dan behavioral.

2.3.4 Indikator keputusan penggunaan

Menurut Lestari & Rachmad (2018) terdapat tiga indikator dalam Keputusan penggunaan yaitu:

- 1) Merasakan kebutuhan akan produk, berdasarkan keputusan yang diambil keinginan atau kebutuhan untuk menerima suatu produk atau jasa yang harus dicapai melalui proses pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa tersebut.

- 2) Mencari informasi mengenai suatu produk atau jasa, Konsumen mencari informasi mengenai produk atau jasa yang digunakan dan melakukan evaluasi penilaian terhadap produk atau jasa tersebut.
- 3) Penimbangan, konsumen menimbang ketika memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau jasa.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan untuk acuan bagi peneliti sebagai penambah teori, wawasan dan referensi terkait dengan metode dan obyek yang akan diteliti saat ini. Sebagai bahan rujukan, peneliti juga mempelajari penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut.

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Dan Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1.	Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma Putri (2022)	Pengaruh E-Service Quality dan E-Trush terhadap Kepuasan Nasabah pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank sebagai variabel Intervening (Studi kasus pada Nasabah pengguna Bni Mobile Banking Di Kota Depok)	E-service quality berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI Mobile banking. Hal ini menunjukkan bahwa BNI Mobile banking. Sudah mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah.
2.	Saskia Firdha Aurelia Putri dan Novi Marlana (2021)	Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen	(1) E-service quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) E-trust memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) E-

			service quality dan e-trust memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen .
3.	Ifa Nur Ayati (2023)	Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pengguna Mobile Banking Syariah (Studi pada Mahasiswa di Surakarta)	E-Trust memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap E-Loyalty pengguna mobile banking syariah E-Service Quality memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap E-Loyalty pengguna mobile banking syariah
4.	Rahmadina Riski Annur dan Yahya Tanjung (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Resposivenes dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Sumut, Hal ini di dasari pada pelayanan yang harus dilakukan dengan cara efektif dan efisien sehingga nanti berdampak pada meningkatnya kepuasan nasabah itu sendiri.
5.	Siti Fatimah (2023)	Pengaruh Service Quality, E- Trust Dan Transformasi Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening	Berdasarkan analisis yang digunakan hasil pembahasan dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan E-Service quality yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile
6.	Ika Susilawati,Siti Solehatun (2023)	Pengaruh E-Service Quality,Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pengguna Bri Mobile	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-Service Quality dan kemudahan memiliki pengaruh signifikan

		(Brimo) Pada Nasabah Bri Kebumen	terhadap Keputusan penggunaan sedangkan, variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan
7.	Gina Maulidia dan Ina Ratnasari (2011)	Analisis Komparatif Strategi Digital Marketing terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi Online Gojek dan Grab di Kabupaten Karawang	Temuan penelitian menunjukkan bahwa Digital Marketing berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan Gojek dan Digital Marketing berpengaruh secara parsial
8.	Wiwik Widiyanti (2020)	Pengaruh Kemanfaatan Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok	Temuan riset menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kemanfaatan kemudahan penggunaan dan promosi secara simultan terhadap Keputusan penggunaan wallet OVO di Depok
9.	Ahmad Turoikhan Al Ajhuri (2018)	Pengaruh Personal Selling Promosi dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa BMT Mubarakah Undaan Kudus	Temuan riset menghasilkan e-trust, E-WOM, dan e-service quality secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian online
10.	Buyung Nova Tri Anggono, Istiatin, dan Solichul Hadi A B (2020)	Persepsi Kemudahan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan GOPAY (Studi kasus pada Mahasiswa UNIBA Surakarta)	Hasil riset menunjukkan bahwa secara simultan bahwa persepsi kemudahan, resiko dan kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan Gopay pada Mahasiswa UNIBA Surakarta

2.5 Hubungan Variabel

2.5.1 Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan

E-Service Quality adalah seberapa jauh sebuah website atau aplikasi memfasitasi pemebelanjaan yang efektif dan efisien, pembelian dan penyampain jasa

atau produk. Sedangkan, Keputusan Penggunaan adalah aktivitas yang melibatkan individu berpartisipasi secara langsung dalam proses pengambilan Keputusan atau untuk memperoleh suatu barang atau jasa Rondonuwu (2013)

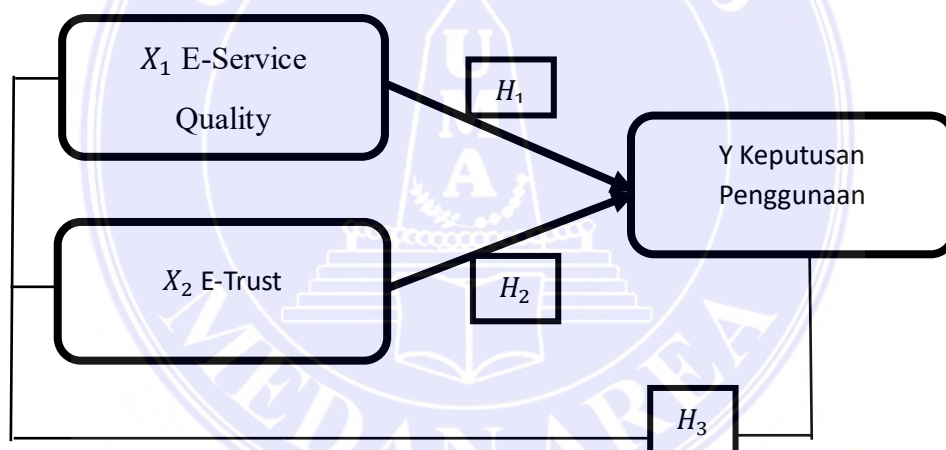
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susilowati & Solehatun (2023) menunjukkan bahwa E-Service Quality memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan penggunaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amel (2020) membuktikan bahwasannya terhadap pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan penggunaan aplikasi OVO.

2.5.2 Pengaruh E-Trust Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil dari penelitan terdahulu yang dilakukan oleh Nurmanah & Nugroho (2021). Penelitian lain yang dilakukan oleh Kusnanto dkk (2020) menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel E-Trust terhadap keputusan pembelian. Hasilnya trust menjadi topic utama dalam menciptakan keputusan pembelian. Meski sudah baik dimata konsumen pihak perusahaan sebaiknya meningkatkan kepercayaan agar lebih baik

2.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu rancangan atau konsep yang digunakan untuk memperlihatkan hubungan antara variabel-variabel dalam sebuah penelitian. Kerangka konseptual dari suatu gejala sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji Sugiyono (2012). Pola hubungan variabel yang ingin diselidiki dijelaskan oleh kerangka berpikir. Secara khusus hubungan antara variabel-variabel yang terikat (Y) dan bebas (X). berikut adalah dasar konseptual penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan dengan kerangka berpikir di atas, maka dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile

H₂ : E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile

H₃ : E-Service Quality dan E-Trust secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Menurut Rahardjo,(2017) metode penelitian merupakan salah satu cara untuk memperoleh dan mencari kebenaran yang bersifat tentative (Sesuatu yang belum pasti), bukan kebenaran absolut. Hasilnya berupa kebenaran ilmiah. Kebeneran ilmiah merupakan kebenaran yang terbuka untuk terus diuji, dikritik bahkan direvisi. Penelitian ini bermaksud menjelaskan Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Keputusan Penggunaan.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di KC. Bank Sumut Syariah yang berkedudukan di jalan Jl. Ring Road / Gagak Hitam No 1-2 Kel. Asam Kumbang Medan, Sumatera Utara.

3.1.3 Waktu Penelitian

Untuk pelaksanaan ini dimulai dari bulan Oktober 2023 sampai februari 2024 untuk sementara ini.

Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2023-2024									
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb - Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Sep
1.	Pengajuan Judul	■									
2.	Penyusunan Proposal	■	■								
3.	Seminar Proposal		■								
4.	Pengumpulan Data			■	■						
5.	Analisis Data					■	■	■	■		
6.	Seminar Hasil									■	
7.	Sidang Meja Hijau										■

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Darmadi (2011) menyatakan bahwa populasi adalah kelompok dimana seseorang peneliti akan memperoleh hasil penelitian yang dapat disamaratakan (digeneralisasikan). Suatu populasi mempunyai sekurang-kurangnya satu karakteristik yang membedakan populasi itu dengan kelompok-kelompok lain.

3.2.2 Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari Teknik *simple random sampling*, Sugiyono (2011) mengatakan *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sederhana karena pengambilan sample dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Penelitian ini mempunyai sampel sebanyak 44 responden. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel adalah tabel Krejcie dan Morgan (1970).

TABEL KREJCIE AND MORGAN

Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)
10	10	220	140	1,200	291
15	14	230	144	1,300	297
20	19	240	148	1,400	302
25	24	250	152	1,500	306
30	28	260	155	1,600	310
35	32	270	159	1,700	313
40	36	280	162	1,800	317
45	40	290	165	1,900	320
50	44	300	169	2,000	322
55	48	320	175	2,200	327
60	52	340	181	2,400	331
65	56	360	186	2,600	335
70	59	380	191	2,800	338
75	63	400	196	3,000	341
80	66	420	201	3,500	346
85	70	440	205	4,000	351
90	73	460	210	4,500	354
95	76	480	214	5,000	357
100	80	500	217	6,000	361
110	86	550	226	7,000	364
120	92	600	234	8,000	367
130	97	650	242	9,000	368
140	103	700	248	10,000	370
150	108	750	254	15,000	375

3.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, menurut Sugiyono (2018) data kuantitatif merupakan data berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistic menjadi alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan, yaitu dilakukan melalui studi lapangan dengan metode kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu nasabah di KC. Syariah Bank Sumut Medan.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah bentuk data primer. Menurut (Sangadji dan Sopiah, 2010) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Data primer diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada nasabah di KC. Syariah Bank Sumut Medan.

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan sumber data, metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian ini secara langsung ke tempat penelitian dengan maksud memperoleh data primer. Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017) ada beberapa cara yang dilakukan untuk melakukan pengumpulan data.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian Sugiyono (2017). Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden dengan didampingi oleh penulis untuk menghindari kesalahan yang terjadi dalam pengisian kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, buku harian, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah. Data sekunder

juga dapat berupa majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, hasil-hasil studi, hasil survei, studi historis, dan sebagainya. Menurut (Sugiyono, 2017) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui Library Research dengan cara mempelajari, meneliti, dan menelaah berbagai literatur yang bersumber dari buku-buku, jurnal ilmiah, maupun penelitian-penelitian. Penulis menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

3.4 Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur perilaku, pendapat serta persepsi seseorang atau sekelompok orang perihal fenomena sosial. dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item Instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat dilihat pada Tabel 3.2

Tabel 3.2 Instrumen Pengukuran Likert

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Netral	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono,2018

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tujuan utama pemberian Definisi operasional adalah suatu Definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasi kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi variabel akan memberikan atau menurunkan arah peneliti untuk memenuhi unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengatur suatu variabel. Dalam penelitian ini, pada Tabel 3.3 terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu:

Berikut ini peneliti sajikan definisi operasional dalam bentuk tabel.

Tabel 3.3 Definisi operasional Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	E-Service Quality (X1)	Menurut Zeithaml dalam Kuang (2011) E-Service Quality adalah yaitu adanya pemahaman sebelum dan setelah menggunakan website yang artikan sebagai evaluasi efesiensi dan efektif di dalam berbelanja.	1. System <i>Availability</i> (Ketersediaan sistem) 2. <i>Fullfilment</i> (pemenuhan) 3. Privacy (Privasi) 4. <i>Efficiency</i> (Efisiensi) (Amel 2020)	Skala Likert
2	E-Trust (X2)	Menurut Kim E-Trust adalah kepercayaan pelanggan pada sebuah sistem online (e-trust) adalah dimensi utama dari sebuah sistem online.	1. Kemampuan 2. Keamanan 3. Keyakinan penanganan resiko (Suaidi dkk 2022)	Skala Likert
3	Keputusan Penggunaan (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2016) Keputusan pembelian/ penggunaan konsumen merupakan	1. Merasakan kebutuhan akan produk 2. Mencari informasi	Skala Likert

		bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih pembeli, menggunakan dan bagaimana barang jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka,	mengenai suatu produk atau jasa 3. Penimbangan (Lestari & Rachmad 2018)	
--	--	--	---	--

3.6. Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan data yang dikumpulkan oleh peneliti sama dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian ini (Sugiyono, 2016).

Uji validitas mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang seharusnya diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada responden sebanyak 30 responden pada nasabah pengguna mobile banking bank sumut diluar dari sampel yang telah di tentukan. Uji validitas melalui kuesioner yang dibagikan melalui google form dengan cara menyebarkannya melalui whatsapp. Kriteria yang digunakan untuk menguji validitas yaitu membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} kriteria pengujian validitas sebagai berikut:

1. Jika $> r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
2. Jika $< r_{hitung}$, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

Untuk menguji uji validitas dengan membandingkan nilai r -tabel dengan nilai r -hitung. Dimana untuk penghitungan rumus nilai r tabel dapat diperoleh dengan menggunakan rumus degree of freedom (df). (df) = $n-k$ yang dimana n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah konstruk. Dimana pada penelitian ini nilai df dapat dihitung dengan (df) = $30-2= 28$ dengan α 0,05 didapat r tabel 0,3610. Maka jika r hitung pada setiap pertanyaan dapat dilihat pada r tabel lebih besar r dari r tabel dan nilai r positif maka pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid.

3.6.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur keakuratan instrumen dalam mengukur konsep dan menilai kebaikan ukuran serta konsistensi stabilitas ukurannya (Sudana dan Setianto, 2018). Reliabilitas dihitung dengan mengoreksi dua instrumen dan instrumen yang dijadikan sebagai equivalent, bila hasilnya positif dan signifikan maka instrumen dinyatakan reliabel. Suatu instrumen dapat dinyatakan reliabel apabila $\alpha > 0.60$ maka dapat disimpulkan reliabel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Lubis (2017), uji normalitas berfungsi untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak terhadap variabel dependen dan variabel independent.

1. **Histogram**, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (Bell shaped). Data yang baik artinya data yang mempunyai pola distribusi normal. Bila data menghadap ke kanan atau menghadap ke arah kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
2. **Grafik *Normality Probability Plot***, ketentuan yang dipergunakan adalah: Jika data menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi perkiraan normalitas. Jika data menyebar jauh berasal diagonal dan /atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2011), uji multikolinieritas ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala hubungan atau kolerasi antara variabel bebas atau independen pada model regresi tersebut. Perkiraan multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas bisa dilakukan dengan cara : jika nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas anatar variabel independent pada model regresi.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Sugiyono,2018) pengujian ini bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lainnya. Ada banyak cara untuk dapat melakukan dan menjalankan pengujian ini yaitu grafik plot, uji park, pengujian glejser, serta pengujian white. Uji penelitian ini menggunakan Plot Grafis antara angka prediksi variabel yang terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak ada tanda terjadinya gejala heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas, dan juga persebaran titik-titiknya menyebar merata di atas dan di bawah angka 0 di sumbu Y.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif mengacu pada pengumpulan, perorganisasian, ringkasan dan penyajian data dengan harapan membuat data lebih bermakna, lebih mudah dibaca dan lebih mudah dipahami untuk pengguna data. Statistik deskriptif hanya sebatas memberikan gambaran umum tentang ciri-ciri subjek yang teliti, tanpa membuat kesimpulan umum (Ghozali,2016). Statistik deskriptif biasanya disajikan dalam bentuk grafik atau tabel. Analisis statistic deskriptif terdiri dari nilai mean, minimum, maksimum dan standar deviasi. Analisis statistik deskriptif berupaya mengumpulkan, mengelola dan menganalisis data agar dapat disajikan dengan lebih baik (Ghozali, 2016).

3.8.2 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono, 2018) mengemukakan bahwa analisis Regresi Linier berganda Analisa ini merupakan hubungan linear antara dua variabel atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n). Persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Penggunaan

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X1 = E-Service Quality

X2 = E-Trust

e = Standart Error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t yang dimaksud adalah untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat bahwa dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0.05\%$). Yang kriteria pengujiannya adalah

$t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} = h_0$ Ditolak

$t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{hitung}} = h_0$ Diterima

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Yaitu dengan menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,005$). yang memiliki kriteria sebagai berikut :

$F_{hitung} > F_{tabel} = h_o$ Ditolak

$F_{hitung} \geq F_{tabel} = h_o$ Diterima

3.10 Koefisien Determinansi (R²)

Untuk menentukan kapasitas sebenarnya, jelaskan variabel yang bersangkutan. Koefisien kepastiannya antara 0 dan 1. Koefisien R² menunjukkan bahwa varians variabel dependen dipengaruhi secara negatif oleh seluruh data yang tersedia jika nilai R² kurang dari 1. Hal ini menunjukkan bahwa varians variabel dependen relative stabil dan tidak terpengaruh (Sugiyono, 2018)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang JL Ringroad Kota Medan. Dari penelitian ini dapat disimpulkan:

1. Secara parsial, variabel E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang JL Ringroad Kota Medan.
2. Secara parsial, variabel E-Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang JL Ringroad Kota Medan.
3. Secara Simultan, variabel E-Service Quality dan E-Trust secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut Kantor Cabang JL Ringroad Kota Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan tersebut penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan. Sebab itu peneliti memberikan beberapa kepada peneliti selanjutnya agar menjadi dasar pertimbangan dan juga sebagai penyempurna terhadap peneliti selanjutnya. Maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Untuk peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dasar atau pengetahuan bagi para peneliti yang melakukan penelitian sejenis atau penelitian lainnya. Perlu dilakukan kajian penelitian dalam lingkup yang lebih mendalam dan lebih luas dengan menambah variabel lainnya, termasuk menambahkan dimensi dari masing-masing variabelnya.
2. Dengan memperbaiki kesalahan dan keluhan nasabah, serta dengan menciptakan fitur-fitur baru yang membantu memperlancar transaksi, layanan Bank Sumut Mobile diharapkan dapat menjaga dan mempertahankan kualitas layanan elektronik bagi penggunanya. Pelayanan kemudian harus lebih ditingkatkan untuk menarik lebih banyak konsumen. E-trust sangat penting karena keputusan pelanggan untuk menggunakan atau tidak menggunakannya dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan yang mereka terima. Selain itu, sistem keamanan dimaksudkan untuk memberikan rasa aman kepada masyarakat saat bertransaksi online dan membuat mereka merasa nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- (Amel, 2020; Styarini & Riptiono, 2020; Wicaksono, 2022)Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>
- Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>
- Suaidi, I., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh persepsi risiko, e-trust dan e-service quality terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee saat terjadi pandemi covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 24(4), 787–797.
- Wicaksono, R. D. (2022). *Pengaruh E-Service Quality dan Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Syariah LinkAja Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Wilayah Kota Bekasi)*. 134
- Annur, R. R., & Tanjung, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sumut. *JUBIMA : Jurnal Bintang Manajemen*, 1(1), 192–205.
- Atmanegara, A. S., & Wulandari, A. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Di PT. Bank SUMUT KCP Marendal (Studi Kasus Terhadap Nasabah PT. Bank SUMUT KCP *EProceedings*, 8(5), 394–397. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/download/18796/18182>
- Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 321–338. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2000>
- Fatimah, S. (2024). *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Service Quality, E-Trust Dan Transformasi Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Produk BSI Mobile: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. 6, 378–381. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i1.3952>
- Mubarok, A., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1), 91–97. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i1.11336>
- Nafisah, H., & Dalimunte, A. A. (2023). Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk

- Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Mobile Banking Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(4), 214–233. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i4.2042>
- Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>
- Plutzer, M. B. B. and E. (2021). *No ANALISIS PENGARUH e-SERVICE QUALITY, e-SATISFACTIONS DAN e- TRUST TERHADAP e-CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA MOBILE BANKING BRImoTitle.*
- Salmah, R. (2021). Pendapatan, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap sebagai Mediasi terhadap Keputusan Penggunaan Mobile Banking Syari'ah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 798–805. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2473>
- Susilowati, I., Solehatun, S., Wicaksono, M. B., Triwardhani, D., Nastiti, H., Haya, S. F., Tambunan, K., Mathematics, A., V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan M-Banking Mandiri Di Jakarta Selatan. *Braz Dent J.*, 2(1), 1–12.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *E- SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUS* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI BANK SUMUT MOBILE PADA NASABAH BANK SUMUT KANTOR CABANG JL RINGROAD KOTA MEDAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh E – servive quality dan E – Trust terhadap Keputusan penggunaan aplikasi bank sumut mobile pada nasabah bank sumut kantor cabang jl ringroad kota Medan. Saya sangat mengharapkan bapak/ibu/saudara/saudari agar dapat memberikan jawaban yang sejujurnya dan sesuai dengan kondisi yang dirasakan. Atas perhatian dan bantuan bapak/ibu/saudara/saudari Saya sampaikan terima kasih.

1. IDENTITAS RESPONDEN :

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Jenis Kelamin :

2. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda (✓) pada kolom yang tersedia, kemudian pilihlah sesuai keadaan yang sebenarnya. Jawaban yang tersedia berupa skala likert yaitu antara 1-5 yang mempunyai arti :

SS : Sangat Setuju

ST : Setuju

RG : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

E-Service Quality (X1)

<i>E-Service Quality (X1)</i>						
No	PERNYATAAN	SS	ST	RG	TS	STS
1.	<i>System Availability (Ketersediaan Sistem)</i>					
	Saya dalam bertransaksi menggunakan Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> selalu akurat					
2.	Saya selama menggunakan Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> tidak pernah mengalami <i>crash</i>					
3.	<i>Fulfilment (Pemenuhan)</i>					
	Saya yakin Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> dapat menyelesaikan transaksi dengan cepat					
4.	Saya yakin bahwa Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> berkomitmen memberikan layanan secara akurat					
5.	<i>Privacy (Privasi)</i>					
	Saya merasa aman dalam bertransaksi dengan menggunakan Bank Sumut <i>Mobile Banking</i>					
6.	Saya yakin Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> akan melindungi informasi kartu bank dan pembayaran online saya					
7.	<i>Efficiency (Efisiensi)</i>					
	Saya dapat dengan mudah menemukan apa yang saya butuhkan dalam Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> dengan beberapa klik					
8.	Saya selalu merasa lancar dalam bertransaksi karena Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> memberikan Solusi dalam setiap masalah transaksi					

E-Trust (X2)

<i>E-Trust (X2)</i>						
No	PERNYATAAN	SS	ST	RG	TS	STS
<i>Kemampuan (ability)</i>						
1.	Bank Sumut Mobile menjamin mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah sesuai dengan karakteristik nasabah					
2.	Bank Sumut Mobile mampu memberikan aplikasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah					

3.	Ketulusan (<i>benevolence</i>)					
	Bank Sumut Mobile memberikan rasa aman dan nyaman bagi nasabah					
4.	Bank Sumut Mobile menjamin mampu memberikan kepuasan bagi nasabah					
5.	Integritas (<i>integrity</i>)					
	Bank Sumut Mobile menjamin informasi serta layanan aplikasi yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan fakta yang ada					
6.	Bank Sumut Mobile menjamin memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah					

Keputusan Penggunaan (Y)

Keputusan Penggunaan (Y)						
No	Pernyataan	SS	ST	RG	TS	STS
Merasakan kebutuhan akan produk						
1	Saya menggunakan Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> karena membutuhkannya					
2.	Saya merasa menggunakan Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> adalah ide yang sangat bijak karena sesuai dengan kebutuhan saya					
Informasi mengenai produk atau jasa						
3	Saya membutuhkan mencari informasi mengenai Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> karena kebutuhan					
4.	Saya mencari informasi terkait aplikasi Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya					
Penimbangan						
5.	Saya memutuskan menggunakan Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> dari pada <i>Mobile Banking</i> lain karena memiliki fitur yang lengkap					
6.	Saya lebih tertarik menggunakan aplikasi Bank Sumut <i>Mobile Banking</i> dari pada <i>Mobile Banking</i> lain karena ketersediaan fitur yang lengkap dan sikap informatif					

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Variabel E – Service Quality

E - Service Quality									
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	5	5	5	5	5	4	3	36
4	5	4	3	4	4	4	4	5	33
5	4	5	5	4	4	4	3	4	33
6	5	5	4	4	4	4	5	5	36
7	4	4	4	4	5	5	5	5	36
8	4	4	5	3	4	4	4	4	32
9	5	4	4	4	5	5	4	3	34
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	4	4	4	4	4	5	4	4	33
13	4	4	5	5	3	4	4	4	33
14	4	4	4	4	5	5	5	4	35
15	3	4	4	5	5	5	5	4	35
16	3	3	4	4	4	4	4	5	31
17	4	4	4	5	5	5	5	5	37
18	5	5	5	5	5	5	5	4	39
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	5	5	5	5	5	5	4	5	39
21	5	4	5	4	4	4	4	4	34
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	4	3	5	4	4	4	4	32
24	4	4	5	4	3	4	4	5	33
25	4	5	5	5	5	5	5	5	39
26	3	4	4	5	5	4	5	5	35
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	5	4	5	5	5	4	4	37
30	4	4	4	3	4	4	5	5	33

2. Variabel E – Trust

E - Trust							
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30

3	4	4	4	4	3	4	23
4	5	5	5	5	5	5	30
5	3	4	5	3	4	4	23
6	4	5	5	4	4	3	25
7	3	3	3	3	3	3	18
8	5	5	5	5	5	5	30
9	3	5	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	4	3	5	5	27
13	4	5	3	3	4	5	24
14	4	5	5	3	4	4	25
15	4	4	4	5	5	5	27
16	3	4	4	4	3	3	21
17	4	4	5	5	4	4	26
18	3	4	4	4	4	5	24
19	3	4	4	5	5	5	26
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	5	4	25
22	5	4	3	4	5	5	26
23	5	5	5	4	4	5	28
24	4	4	4	4	4	5	25
25	4	5	5	5	5	5	29
26	5	5	5	4	3	4	26
27	4	3	4	4	5	5	25
28	3	4	4	4	5	3	23
29	4	4	5	4	4	4	25
30	4	5	4	5	4	5	27

3. Variabel Keputusan Berkunjung

Responden	Keputusan Penggunaan						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	4	3	4	5	25
4	3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	4	5	4	5	28
6	4	5	5	4	4	5	27
7	4	4	4	5	5	4	26
8	4	4	4	3	5	5	25
9	4	4	4	4	4	5	25

10	5	4	3	4	4	4	24
11	3	3	3	3	3	3	18
12	5	5	5	5	3	5	28
13	4	4	4	4	4	4	24
14	5	4	4	4	5	5	27
15	5	5	4	5	5	5	29
16	5	4	4	5	5	5	28
17	4	5	5	5	5	5	29
18	4	5	5	5	5	5	29
19	4	5	5	4	5	5	28
20	5	5	4	4	5	4	27
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	4	5	4	5	28
23	5	4	5	3	4	5	26
24	5	3	3	4	4	4	23
25	5	4	4	5	3	3	24
26	4	4	4	5	4	3	24
27	4	5	5	5	5	4	28
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 3 Hasil Output SPSS Uji Validitas

1. Variabel E – Service Quality

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
P1 Pearson Correlation	1	.625**	.269	.156	.218	.318	.077	.069	.549**
Sig. (2-tailed)		.000	.151	.410	.247	.087	.688	.716	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2 Pearson Correlation	.625**	1	.547**	.507**	.470**	.496**	.224	.101	.788**
Sig. (2-tailed)	.000		.002	.004	.009	.005	.234	.594	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3 Pearson Correlation	.269	.547**	1	.235	.110	.276	.060	.054	.509**
Sig. (2-tailed)	.151	.002		.212	.561	.140	.754	.776	.004
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4 Pearson Correlation	.156	.507**	.235	1	.514**	.546**	.315	.107	.670**
Sig. (2-tailed)	.410	.004	.212		.004	.002	.090	.573	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

P5	Pearson Correlation	.218	.470**	.110	.514**	1	.812**	.567**	.071	.738**
	Sig. (2-tailed)	.247	.009	.561	.004		.000	.001	.710	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.318	.496**	.276	.546**	.812**	1	.482**	.000	.766**
	Sig. (2-tailed)	.087	.005	.140	.002	.000		.007	1.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.077	.224	.060	.315	.567**	.482**	1	.512**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.688	.234	.754	.090	.001	.007		.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.069	.101	.054	.107	.071	.000	.512**	1	.389*
	Sig. (2-tailed)	.716	.594	.776	.573	.710	1.000	.004		.033
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.549**	.788**	.509**	.670**	.738**	.766**	.636**	.389*	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.033	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Variabel E – Trust

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total	
P1	Pearson Correlation	1	.540**	.376*	.311	.358	.528**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.002	.040	.094	.052	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.540**	1	.504**	.238	.190	.322	.663**
	Sig. (2-tailed)	.002		.005	.205	.316	.083	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.376*	.504**	1	.398*	.149	.072	.593**
	Sig. (2-tailed)	.040	.005		.029	.433	.705	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.311	.238	.398*	1	.457*	.409*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.094	.205	.029		.011	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.358	.190	.149	.457*	1	.570**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.052	.316	.433	.011		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

P6	Pearson Correlation	.528**	.322	.072	.409*	.570**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.003	.083	.705	.025	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.765**	.663**	.593**	.688**	.673**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

3. Variabel Keputusan Penggunaan

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.406*	.238	.394*	.267	.487**	.607**
	Sig. (2-tailed)		.026	.206	.031	.154	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.406*	1	.798**	.641**	.541**	.629**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.026		.000	.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.238	.798**	1	.461*	.491**	.614**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.206	.000		.010	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.394*	.641**	.461*	1	.374*	.216	.694**
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	.010		.041	.252	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.267	.541**	.491**	.374*	1	.558**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.154	.002	.006	.041		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.487**	.629**	.614**	.216	.558**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.252	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.607**	.893**	.802**	.694**	.724**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

1. Variabel E – Service Quality

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	8

2. Variabel E – Trust

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	6

3. Variabel Keputusan Penggunaan

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	6

Lampiran 5 Tabulasi Utama Jawaban Responden

1. Variabel E – Service Quality

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	3	38
2	5	5	4	5	4	5	5	5	38
3	4	5	4	4	4	5	5	4	35
4	5	5	4	5	4	4	5	5	37
5	4	5	4	5	3	5	4	5	35
6	4	4	5	5	5	4	4	4	35
7	5	3	4	5	5	5	3	5	35
8	5	4	4	4	5	5	4	4	35
9	5	4	4	4	5	4	4	5	35
10	5	5	4	5	4	4	5	5	37
11	5	5	4	5	4	5	4	4	36
12	5	4	4	5	4	5	5	5	37
13	4	5	5	5	4	5	5	4	37
14	4	5	5	5	5	5	4	5	38

15	3	4	5	4	5	5	5	5	36
16	5	4	5	4	5	4	5	5	37
17	4	3	4	3	4	4	5	5	32
18	5	5	5	5	5	5	4	5	39
19	5	4	5	5	4	5	4	5	37
20	5	4	5	5	5	5	3	5	37
21	5	5	4	4	4	5	5	4	36
22	4	3	3	5	5	5	5	5	35
23	5	4	5	4	5	4	5	5	37
24	5	4	4	5	5	4	4	3	34
25	5	3	5	5	4	5	5	5	37
26	4	4	5	5	5	3	4	5	35
27	3	5	3	5	4	4	4	5	33
28	4	5	4	5	5	4	5	4	36
29	4	5	4	5	5	5	5	5	38
30	5	5	5	5	3	5	5	5	38
31	4	5	5	5	5	4	5	5	38
32	5	5	5	5	4	5	5	5	39
33	5	4	5	5	5	5	4	5	38
34	5	4	5	3	5	5	5	5	37
35	4	5	4	4	5	5	4	5	36
36	4	5	5	4	5	5	4	5	37
37	3	4	4	4	4	5	5	4	33
38	5	4	4	4	4	5	3	3	32
39	5	5	5	4	4	5	4	5	37
40	4	5	5	3	5	4	4	3	33
41	5	5	5	5	5	4	5	4	38
42	5	5	5	5	5	3	2	3	33
43	5	5	4	5	4	4	5	4	36
44	4	5	5	5	5	5	3	4	36
45	5	5	4	5	4	4	4	4	35
46	4	5	4	4	4	4	4	4	33
47	4	5	4	4	4	4	4	4	33
48	5	4	4	4	4	5	4	4	34
49	4	5	5	4	4	4	5	4	35
50	3	4	4	5	4	4	4	4	32
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	4	4	4	4	4	4	5	33
53	5	5	4	4	5	5	4	5	37
54	5	5	5	4	5	4	5	5	38

55	5	5	4	5	5	5	5	5	39
56	4	4	5	5	5	4	4	4	35
57	5	4	5	5	4	5	5	5	38
58	4	4	5	5	4	5	5	5	37
59	5	4	4	4	5	5	5	5	37
60	4	4	5	5	5	5	4	4	36
61	5	5	3	4	4	4	4	4	33
62	4	4	5	5	4	4	5	4	35
63	4	4	5	5	5	4	4	4	35
64	4	3	5	4	5	4	5	4	34
65	4	4	4	5	4	5	4	4	34
66	4	4	5	3	5	4	5	5	35
67	5	5	4	5	5	5	4	4	37
68	4	4	5	5	5	5	4	4	36
69	5	5	5	5	3	4	4	3	34
70	5	4	4	4	4	4	4	4	33
71	4	5	4	4	5	4	4	4	34
72	4	4	4	4	4	5	4	5	34
73	4	4	4	4	3	5	3	3	30
74	4	4	4	4	4	4	3	5	32
75	5	4	4	4	4	3	5	4	33
76	4	4	4	4	5	4	4	4	33
77	3	4	4	4	5	5	4	4	33
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	4	5	4	4	5	3	4	4	33
80	5	4	5	4	5	5	5	4	37
81	5	5	4	4	5	5	4	4	36
82	4	5	4	3	4	4	4	4	32
83	4	4	5	5	5	4	4	4	35
84	5	4	5	3	4	4	4	4	33
85	5	3	3	5	4	4	5	5	34
86	4	3	5	5	4	5	4	4	34
87	3	5	4	4	5	5	4	4	34
88	4	4	4	4	5	4	4	4	33
89	5	4	4	5	4	4	4	4	34
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	3	4	4	5	4	5	4	4	33
92	5	4	4	4	4	5	4	4	34
93	4	4	4	4	5	4	4	4	33
94	4	5	4	4	4	4	4	4	33

95	4	4	4	5	4	4	4	4	33
96	4	5	4	4	4	5	5	4	35
97	4	4	4	4	5	4	5	4	34
98	4	4	4	4	5	4	5	4	34
99	4	4	4	4	4	5	4	4	33
100	4	4	4	4	5	4	5	5	35
101	5	4	5	4	4	3	4	4	33
102	4	4	5	4	4	4	4	4	33
103	5	4	4	4	4	4	4	4	33
104	4	4	4	4	5	5	5	5	36
105	5	4	4	4	4	5	5	5	36
106	4	4	5	5	5	5	5	4	37
107	4	4	4	4	3	4	4	5	32
108	4	5	4	4	4	4	4	4	33
109	4	4	5	4	4	5	4	5	35
110	5	4	4	4	4	4	4	5	34
111	5	4	4	4	4	5	4	4	34
112	4	4	4	4	4	4	4	5	33
113	4	5	4	4	4	5	5	3	34
114	4	4	4	4	4	4	4	5	33
115	4	3	4	4	4	4	4	5	32
116	5	4	4	4	4	4	3	5	33
117	5	4	5	4	4	4	4	4	34
118	4	5	4	5	4	4	4	5	35
119	4	5	5	4	4	5	5	4	36
120	4	4	5	4	3	4	4	5	33
121	5	4	4	5	5	5	5	5	38
122	4	5	4	5	3	5	4	4	34
123	3	5	3	3	5	5	4	5	33
124	4	4	3	5	5	4	4	4	33
125	4	3	5	4	4	5	4	5	34
126	5	4	4	4	4	3	5	4	33
127	5	5	4	4	5	5	4	4	36
128	4	4	4	4	4	5	4	4	33
129	5	3	4	4	5	3	5	5	34
130	5	5	5	4	4	5	4	4	36
131	5	5	4	4	4	5	4	4	35
132	4	4	4	4	4	4	4	4	32
133	5	4	4	4	4	4	4	4	33
134	4	4	4	4	4	4	4	4	32

135	4	4	5	5	5	5	4	4	36
136	4	5	4	4	4	4	4	4	33
137	5	5	4	4	4	3	4	4	33
138	5	4	4	4	4	4	4	4	33
139	4	4	4	4	5	4	5	4	34
140	4	4	4	4	4	5	4	5	34
141	4	5	4	4	4	5	5	4	35
142	5	5	4	4	4	4	5	4	35
143	4	4	4	4	4	4	4	5	33
144	5	4	4	4	4	5	4	5	35
145	5	4	4	4	4	5	3	3	32
146	5	4	4	4	4	4	3	5	33
147	5	5	4	4	4	3	5	4	34
148	5	4	4	4	4	4	4	4	33
149	4	4	4	4	5	5	4	4	34
150	4	4	4	4	4	4	4	4	32
151	4	5	4	4	4	3	4	4	32
152	5	5	4	4	4	5	5	4	36
153	4	4	4	4	4	5	4	4	33
154	5	4	4	4	4	4	4	4	33
155	5	4	4	4	4	4	4	4	33
156	5	4	4	4	4	4	4	4	33
157	4	4	4	4	5	4	5	5	35
158	4	5	4	4	4	5	4	4	34
159	4	4	4	5	4	5	4	4	34
160	4	5	4	4	4	4	4	4	33
161	4	4	4	4	5	3	4	4	32
162	4	4	4	4	5	4	4	4	33
163	4	4	4	4	4	4	5	4	33
164	4	4	4	4	5	5	4	5	35
165	5	4	5	4	4	5	5	4	36
166	4	4	5	4	4	4	5	4	34
167	5	4	4	4	4	4	4	5	34
168	4	4	4	4	5	5	4	5	35
169	4	5	5	5	5	5	5	5	39

2. Variabel E – Trust

E - Trust							
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total

1	5	5	4	5	4	5	28
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	5	5	5	26
4	4	4	3	3	4	4	22
5	5	5	5	5	4	5	29
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	5	4	4	5	26
8	3	4	3	3	4	3	20
9	5	4	3	4	4	4	24
10	5	5	5	5	5	5	30
11	3	4	2	5	5	5	24
12	4	4	3	5	4	5	25
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	3	5	5	4	5	26
15	4	4	4	4	4	5	25
16	4	4	3	4	4	5	24
17	4	4	4	4	3	4	23
18	5	5	5	5	5	4	29
19	5	5	4	4	4	4	26
20	4	5	5	4	4	4	26
21	5	4	3	4	4	4	24
22	3	3	5	4	4	5	24
23	4	4	5	3	4	5	25
24	5	4	3	4	4	4	24
25	4	3	3	4	3	3	20
26	4	4	4	4	3	4	23
27	3	3	4	5	5	4	24
28	4	4	4	5	4	4	25
29	5	5	4	4	4	4	26
30	3	4	4	3	3	4	21
31	3	3	3	4	4	4	21
32	3	4	3	4	4	4	22
33	5	5	4	3	4	3	24
34	3	4	4	4	4	5	24
35	3	3	4	4	4	4	22
36	5	4	5	4	4	4	26
37	5	4	5	5	4	4	27
38	5	4	5	5	4	4	27
39	5	4	5	5	5	5	29
40	4	4	3	5	4	5	25

41	5	4	5	4	5	5	28
42	5	4	4	4	5	5	27
43	5	4	4	3	5	5	26
44	4	3	4	4	4	5	24
45	5	5	4	5	4	5	28
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	4	5	5	4	5	28
49	5	5	4	4	4	5	27
50	4	4	5	5	4	4	26
51	4	4	4	5	4	4	25
52	4	4	4	5	4	4	25
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	4	4	5	28
55	5	5	5	4	4	5	28
56	5	4	3	4	4	5	25
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	4	5	5	5	5	29
59	5	5	5	5	4	5	29
60	5	4	5	5	5	5	29
61	5	5	4	4	4	5	27
62	5	5	4	5	4	5	28
63	5	5	5	5	4	5	29
64	5	5	4	4	4	5	27
65	5	5	4	4	4	5	27
66	4	5	4	4	4	4	25
67	5	4	4	4	5	5	27
68	4	5	4	4	4	4	25
69	5	4	5	5	5	5	29
70	5	5	4	4	4	5	27
71	5	5	4	4	4	5	27
72	5	5	4	4	4	5	27
73	5	5	4	3	4	5	26
74	5	5	4	4	4	5	27
75	5	5	4	4	4	5	27
76	5	5	4	4	4	5	27
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	5	4	25
79	5	4	5	5	5	4	28
80	5	4	4	4	4	5	26

81	5	4	4	4	4	5	26
82	5	5	4	4	4	5	27
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	4	4	5	25
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	5	4	4	25
87	5	5	4	4	4	5	27
88	5	4	4	4	4	5	26
89	5	5	5	5	4	5	29
90	4	4	4	4	4	3	23
91	5	4	4	5	4	4	26
92	5	4	4	4	5	5	27
93	4	4	4	5	5	5	27
94	4	4	4	4	5	5	26
95	4	4	5	5	4	4	26
96	4	5	5	3	5	4	26
97	4	4	5	5	5	5	28
98	5	5	4	4	4	4	26
99	4	4	5	5	3	4	25
100	4	4	5	5	5	4	27
101	4	4	5	4	5	4	26
102	3	4	4	4	4	4	23
103	4	4	5	4	5	5	27
104	4	4	3	5	4	4	24
105	4	4	5	4	4	4	25
106	4	4	5	4	4	4	25
107	4	5	3	5	5	4	26
108	5	5	5	4	4	4	27
109	4	4	5	4	4	4	25
110	4	4	5	4	4	4	25
111	4	4	4	4	5	4	25
112	4	4	4	4	4	4	24
113	4	4	4	5	4	5	26
114	4	4	4	4	5	4	25
115	5	4	5	4	4	4	26
116	4	4	5	4	4	4	25
117	4	4	4	4	4	4	24
118	5	4	4	5	4	4	26
119	4	4	4	4	4	4	24
120	5	4	4	3	4	4	24

121	4	5	5	4	4	4	26
122	5	5	5	4	5	4	28
123	4	5	4	5	4	5	27
124	5	4	4	5	5	4	27
125	3	5	4	4	5	4	25
126	5	5	5	4	4	4	27
127	4	4	4	5	4	4	25
128	5	3	3	5	3	4	23
129	5	5	4	4	3	5	26
130	5	4	4	3	5	5	26
131	5	4	5	4	4	5	27
132	4	5	5	5	4	4	27
133	5	4	4	4	4	5	26
134	5	5	5	3	4	5	27
135	5	5	5	5	5	4	29
136	3	4	5	5	4	5	26
137	4	4	4	4	4	4	24
138	5	4	5	4	4	5	27
139	4	5	4	4	4	5	26
140	4	5	4	4	5	4	26
141	4	5	4	5	4	4	26
142	4	4	5	5	4	4	26
143	4	4	5	4	4	5	26
144	5	5	4	4	4	5	27
145	5	5	4	4	4	5	27
146	5	5	4	5	4	4	27
147	4	4	5	5	4	4	26
148	4	4	4	4	4	5	25
149	4	4	5	4	4	5	26
150	4	4	5	4	4	5	26
151	4	4	5	4	4	4	25
152	4	4	4	4	4	4	24
153	5	5	4	5	4	4	27
154	4	3	4	4	4	4	23
155	4	4	4	5	4	4	25
156	4	4	4	4	4	4	24
157	4	4	4	4	4	5	25
158	4	4	4	4	4	3	23
159	4	4	4	4	4	5	25
160	4	4	5	4	5	5	27

161	4	4	4	4	5	5	26
162	4	4	5	4	4	5	26
163	4	4	4	4	4	5	25
164	4	4	5	5	5	5	28
165	5	4	5	5	4	5	28
166	4	4	5	5	4	5	27
167	4	3	5	5	4	5	26
168	5	5	5	5	3	5	28
169	5	3	5	5	4	5	27

3. Variabel Keputusan Penggunaan

Keputusan Penggunaan							
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	4	4	5	5	5	28
2	5	5	4	5	5	4	28
3	5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	5	4	4	4	25
5	5	5	4	4	4	5	27
6	5	5	4	5	4	4	27
7	4	5	4	5	4	4	26
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	4	5	3	4	5	26
10	5	5	4	4	5	5	28
11	5	4	4	4	4	5	26
12	5	4	5	5	4	4	27
13	5	5	4	5	4	5	28
14	4	5	4	5	4	5	27
15	5	3	5	4	4	5	26
16	5	4	5	3	4	5	26
17	5	5	3	3	3	5	24
18	4	5	5	4	5	5	28
19	4	5	5	4	4	4	26
20	4	4	5	5	4	5	27
21	5	4	4	4	4	5	26
22	4	5	4	5	3	5	26
23	5	5	5	4	4	4	27
24	5	5	4	4	4	3	25
25	5	4	4	4	4	4	25
26	5	4	4	4	4	5	26

27	5	3	4	5	4	4	25
28	5	4	4	5	4	4	26
29	3	5	4	5	4	5	26
30	5	5	3	4	4	5	26
31	4	5	5	4	4	4	26
32	4	5	4	4	4	5	26
33	3	5	4	5	5	4	26
34	5	4	4	4	4	5	26
35	5	4	5	4	4	4	26
36	5	4	4	4	5	5	27
37	4	5	4	4	4	5	26
38	5	5	4	4	5	4	27
39	4	5	4	4	5	5	27
40	5	4	4	3	4	5	25
41	4	4	5	5	4	4	26
42	4	4	5	4	5	4	26
43	4	4	5	4	5	4	26
44	4	5	4	5	5	4	27
45	5	4	4	4	5	5	27
46	4	4	3	4	5	4	24
47	4	4	4	4	5	5	26
48	5	5	4	4	3	4	25
49	5	4	4	4	4	5	26
50	4	5	4	4	4	4	25
51	4	4	4	5	4	5	26
52	4	4	4	4	5	4	25
53	4	4	5	4	5	4	26
54	5	5	5	4	4	4	27
55	5	5	5	5	4	4	28
56	5	5	4	4	4	5	27
57	4	5	5	4	4	4	26
58	4	4	5	4	5	4	26
59	5	4	4	4	5	5	27
60	5	5	4	4	4	4	26
61	4	5	4	4	4	4	25
62	5	4	4	5	4	4	26
63	4	5	5	4	4	4	26
64	4	5	4	4	4	5	26
65	4	4	4	4	5	5	26
66	5	5	5	3	4	4	26

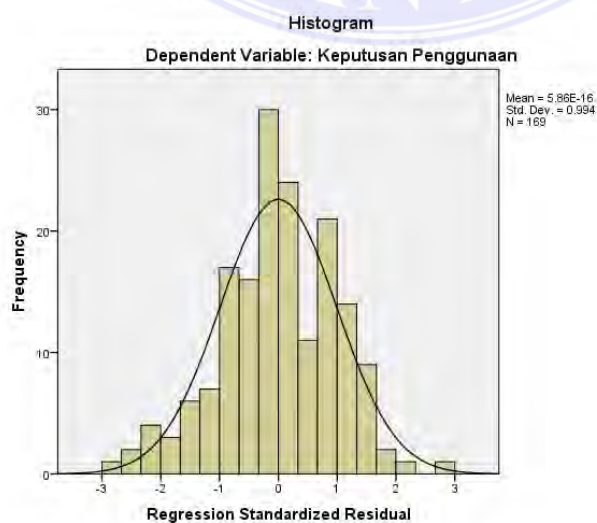
67	5	5	4	4	4	4	26
68	5	5	4	4	4	4	26
69	5	4	4	4	4	4	25
70	5	4	4	5	4	4	26
71	4	4	4	4	5	4	25
72	4	4	4	4	5	4	25
73	5	4	4	3	5	4	25
74	4	5	4	4	4	5	26
75	4	3	5	4	4	4	24
76	5	5	4	4	4	4	26
77	4	5	4	4	4	4	25
78	5	5	4	4	4	4	26
79	5	4	4	4	4	4	25
80	4	4	5	5	4	4	26
81	4	4	4	4	5	4	25
82	5	5	4	4	4	4	26
83	4	5	4	4	4	4	25
84	4	4	4	4	4	4	24
85	3	4	4	5	5	4	25
86	5	4	3	4	4	4	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	3	5	3	4	5	4	24
89	4	4	5	5	4	4	26
90	4	5	4	4	4	4	25
91	5	5	4	4	4	4	26
92	5	4	4	4	5	4	26
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	5	4	4	25
95	4	5	4	5	4	4	26
96	5	5	4	4	4	4	26
97	4	4	4	5	4	4	25
98	5	4	4	4	4	4	25
99	5	4	4	4	4	4	25
100	5	4	4	4	5	4	26
101	4	4	4	4	4	5	25
102	4	5	4	4	4	4	25
103	4	4	4	4	5	4	25
104	4	5	4	5	3	5	26
105	4	4	4	5	5	4	26
106	4	4	4	5	4	5	26

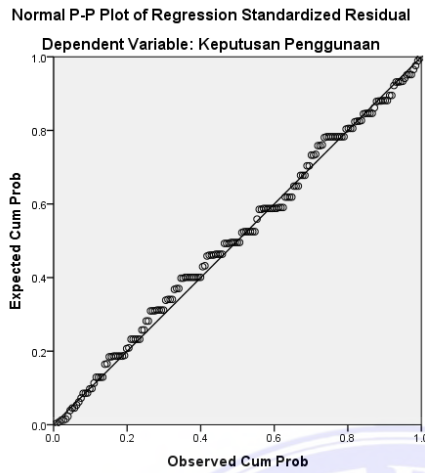
107	4	4	4	5	4	4	25
108	4	4	4	5	4	5	26
109	5	4	5	4	4	4	26
110	4	4	4	4	5	5	26
111	5	4	4	4	4	5	26
112	4	4	4	4	5	4	25
113	4	5	4	4	4	5	26
114	4	4	4	5	4	4	25
115	4	4	4	5	4	4	25
116	4	4	4	4	5	4	25
117	5	4	4	4	4	4	25
118	4	5	4	4	4	5	26
119	4	4	4	4	5	5	26
120	4	4	4	4	5	4	25
121	5	4	5	4	5	4	27
122	5	4	5	5	4	4	27
123	4	5	4	4	5	5	27
124	5	5	4	4	4	4	26
125	4	4	4	5	5	4	26
126	5	4	4	4	4	4	25
127	5	5	4	4	4	4	26
128	4	5	4	4	4	4	25
129	5	4	4	4	4	5	26
130	4	5	4	4	4	4	25
131	5	5	5	4	4	4	27
132	5	4	5	4	4	4	26
133	5	3	4	5	4	5	26
134	4	4	4	5	4	4	25
135	5	5	4	4	4	4	26
136	4	4	5	4	4	4	25
137	5	4	4	4	4	5	26
138	5	4	5	4	4	3	25
139	4	4	4	4	4	4	24
140	5	4	4	4	4	4	25
141	4	5	5	4	3	4	25
142	5	5	4	4	4	4	26
143	4	5	5	3	5	3	25
144	4	4	4	4	5	5	26
145	4	4	4	4	5	4	25
146	5	4	4	5	4	4	26

147	4	4	4	5	4	4	25
148	4	4	4	4	5	4	25
149	4	4	4	4	5	4	25
150	4	4	5	4	5	4	26
151	4	4	3	5	5	4	25
152	4	4	5	4	4	4	25
153	5	4	4	4	5	4	26
154	4	5	4	4	4	4	25
155	5	5	4	4	4	3	25
156	4	4	4	5	5	3	25
157	4	4	4	5	5	4	26
158	4	4	4	5	5	3	25
159	5	4	4	4	4	4	25
160	5	4	4	4	4	4	25
161	4	4	4	4	4	5	25
162	4	5	4	4	4	5	26
163	5	4	4	4	4	4	25
164	5	4	5	4	4	4	26
165	4	4	5	5	5	4	27
166	4	5	4	4	3	5	25
167	3	5	5	4	4	4	25
168	3	5	5	4	5	5	27
169	5	4	4	5	5	4	27

Lampiran 6 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas





2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

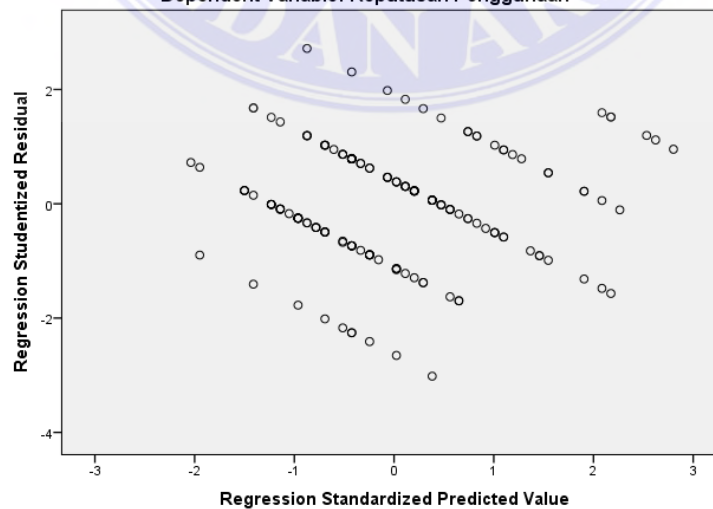
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.481	1.151		10.841	.000		
E-Service Quality	.264	.027	.568	9.829	.000	1.000	1.000
E-Trust	.159	.026	.350	6.061	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

3. Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Penggunaan



Lampiran 7 Analisis Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-Service Quality	169	30.00	39.00	34.5799	1.89795
E-Trust	169	20.00	30.00	25.9467	1.94954
Keputusan Penggunaan	169	24.00	28.00	25.7337	.88310
Valid N (listwise)	169				

Lampiran 8 Output SPSS Analisis Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.481	1.151		10.841	.000		
E-Service Quality	.264	.027	.568	9.829	.000	1.000	1.000
E-Trust	.159	.026	.350	6.061	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 9 Output Uji Hipotesis

1. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.481	1.151		10.841	.000		
E-Service Quality	.264	.027	.568	9.829	.000	1.000	1.000
E-Trust	.159	.026	.350	6.061	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.417	2	29.209	66.785	.000 ^b
	Residual	72.601	166	.437		
	Total	131.018	168			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), E-Trust, E-Service Quality

Lampiran 10 Output Koefesien Determinasi

Model Summary^b


Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.439	.66133

a. Predictors: (Constant), E-Trust, E-Service Quality

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan



Lampiran 11. Surat Izin Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364340, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 798 Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8224331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website: uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1041 /FEB /01.1/ XI / 2023 20 November 2023
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

AGENDA		
149	INT	2023
2023		

*OPR
- Masrur Sibuea
KIR/Ananda
di 2/11-23*

Kepada Yth,
Kantor Cabang Bank Sumut Jl. Ringroad

Dengan hormat,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

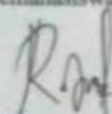
Nama : FIKRY ARI ANDA SIBUEA
N P M : 208320284
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Bank Sumut Mobile Pada Nasabah Bank Sumut (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Bank Sumut Jl. Ringroad)**

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin ^{sebagai} ~~sebagai~~ satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Reserch ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang
Inovasi, Kemahasiswaan Dan Alumni


Rana Fathinah Ananda, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Peringgal

Lampiran 12. Surat Keterangan Selesai Riset

Bank SUMUT
Memberikan Pelayanan Terbaik

KANTOR CABANG SYARIAH :

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100
Facsimile : (061) 414 2937 - 451 2652

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET
0452 /KCSy06-Ops/L/2024

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zullikar
NPP : 1239.160677.110804
Jabatan : Wakil Pemimpin PT. Bank Sumut KCSy. Medan Ring Road

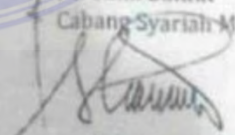
dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Fikry Ari Anda Sibuea
NIM : 208320284
Prodi : Manajemen
Universitas : Medan Area

Telah selesai melakukan Riset/Survey di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Medan Ringroad dari tanggal 14 Mei 2024 s/d 05 Juni 2024.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai keperluan perkuliahan.

Medan, 05 Juni 2024
PT. Bank Sumut
Cabang Syariah Medan Ringroad


Zullikar
Wakil Pemimpin Cabang

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 6/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)6/12/24