

**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF-SERVICE TECHNOLOGY* (SST) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA LAYANAN DIGITAL PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

**(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia  
KCP Semarang MT Haryono)**

SKRIPSI

*Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) dalam Ilmu Perbankan Syariah*



**VIKI SAFIROTU NADAN**

**1805036071**

**S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2024**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
WALISONGO SEMARANG

Alamat: Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Semarang 50185  
Telp. (024) 7604554 Fax.(024) 7601293 Website : <http://www.walisongo.ac.id>

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
An. Sdri. Viki Safirotu Nadan

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah kami melakukan bimbingan dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Viki Safirotu Nadan  
NIM : 1805036071  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self-Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Semarang Mt Haryono)**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Dengan demikian harap menjadi maklum.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Semarang, 26 September 2024

Pembimbing I

**Heny Yuningrum, SE, M.SI**  
NIP : 1908106092007102005

Pembimbing II

**Riska Wjivanti, M.H**  
NIP : 199304082019032019

## LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7606454 Semarang 50185  
Website: febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

### PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Viki Safirotu Nadan  
NIM : 1805036071  
Judul Skripsi : Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self-Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono)

Telah dimunaqosahkan oleh dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal :

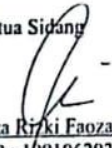
09 Desember 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025.

Semarang, 09 Desember 2024

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

  
Riza Rizki Faozan Syakur, S.H., M.E  
NIP : 199106202019031000


Sekretaris Sidang

  
Riska Wiyanti, M.H  
NIP : 199304082019032019

Penguji I

  
DR. H. Maltuf Fitri, SE., MM  
NIP : 197410162003121003

Penguji II

  
Drs. Saekhu, M.H  
NIP : 196901201994031004

Pembimbing I

  
Heny Yuningrum, ST, M.Si  
NIP : 198106092007102005

Pembimbing II

  
Riska Wiyanti, M.H  
NIP : 199304082019032019

## MOTTO

"وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ"

*"Dan di atas setiap orang yang berilmu, ada yang lebih mengetahui."*

**(QS. Yusuf [12]: 76)**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah SWT. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafa'atnya baik di dunia ataupun di akhirat kelak. Dengan rasa bahagia saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, untuk Bapak Topik dan Ibu Siti Aenu Laelah yang saya hormati dan saya banggakan. Terima kasih banyak atas segala dukungan dan segala do'a Bapak dan Ibu, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk Bapak dan Ibu sebagai rasa terima kasih saya atas segala perjuangan dan pengorbanan Bapak dan Ibu untuk saya, sehingga saya dapat menggapai cita-cita. Semoga dengan ini dapat menjadikan jalan untuk membahagiakan Bapak dan Ibuk selalu.
2. Alm. Bude Jumaroh yang saya sayangi. Terima kasih atas segala kasih sayang dan dukungan yang telah diberikan kepada saya.
3. Sabahat-sahabat saya yang selalu ada dan menjadi penyemangat dan selalu mendengarkan keluh kesah serta selalu memberikan solusi atas segala permasalahan yang terjadi. Terima kasih telah bersedia menjadi tempatku bercerita akan semua hal.
4. Untuk semua teman-teman seperjuangan SI Perbankan Syariah angkatan 2018 terutama kelas PBAS B, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terima kasih atas kebersamaannya dan kerjasamanya selama masa perkuliahan.
5. Untuk Almamater UIN Walisongo Semarang sebagai tempat untuk menimba ilmu pengetahuan, semoga semakin sukses dan jaya selalu.

## DEKLARASI

### DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan oleh penulis.

Semarang, 25 September 2024



METERAI  
TEMPEL  
305AMX067717166  
Yuki Satrio Nugroho  
NIM. 1805036071

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

|        |        |       |
|--------|--------|-------|
| ء = '  | ز = z  | ق = q |
| ب = b  | س = s  | ك = k |
| ت = t  | ش = sy | ل = l |
| ث = ts | ص = sh | م = m |
| ج = j  | ض = dl | ن = n |
| ح = h  | ط = th | و = w |
| خ = kh | ظ = zh | ه = h |
| د = d  | ع = '  | ي = y |
| ذ = dz | غ = gh |       |
| ر = r  | ف = f  |       |

### B. Vokal

| Tanda | Nama           | Huruf Latin | Nama |
|-------|----------------|-------------|------|
| اَ    | <i>Fathah</i>  | A           | A    |
| اِ    | <i>Kasrah</i>  | I           | I    |
| اُ    | <i>Dhammah</i> | U           | U    |

### C. Diftong

| Tanda | Nama            | Huruf Latin | Nama    |
|-------|-----------------|-------------|---------|
| اَي   | Fathah dan Ya   | AY          | A dan Y |
| اَو   | Fathah dan Wawu | AW          | A dan W |

**D. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda

**E. Kata Sandang**

Kata sandang ( ... ل) ditulis dengan *al-* .... *Al-* di tulis dengan huruf kecil, kecuali jika terletak di permulaan kalimat.

**F. Ta Marbutah**

Setiap *Ta' Marbutah* ditulis dengan huruf "h"

## ABSTRAK

Digitalisasi perbankan merupakan langkah penting dalam meningkatkan kepuasan bagi nasabah, dengan *Self Service-Technology* sebagai salah satu inovasi utama yang memungkinkan nasabah mengakses berbagai layanan perbankan secara mandiri melalui platform digital seperti *mobile banking* dan *internet banking*. Ada faktor internal ataupun eksternal yang menyebabkan ketidakpuasan dalam menggunakan layanan digitalisasi. Kepuasan bagi nasabah pengguna layanan digitalisasi menjadi hal yang perlu dikaji, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self-Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono)

Penulisan karya ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh digitalisasi perbankan melalui *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dan jenis data yang digunakan adalah data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan digitalisasi pada Bank BSI KCP Semarang MT Haryono. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel dengan tujuan dan pertimbangan tertentu. Dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan dihitung menggunakan rumus *slovin*. Hasil penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS *Versi 29*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank BSI. Dan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking* melalui *self-service technology* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI karena memiliki nilai sig. <0,05 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

**Kata Kunci :** Layanan Digitalisasi Perbankan, *Self-Service Technology*, Kepuasan Nasabah, BSI

## ABSTRACT

*Banking digitalization is an important step in increasing customer satisfaction, with Self Service-Technology as one of the main innovations that allows customers to access various banking services independently through digital platforms such as mobile banking and internet banking. There are internal or external factors that cause dissatisfaction in using digitalization services. Satisfaction for customers who use digitalization services is something that needs to be studied, therefore this study aims to analyze the Influence of Banking Digitalization Through Self-Service Technology (SST) on Customer Satisfaction of Digital Service Users at Bank Syariah Indonesia (Case Study of Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono Customers)*

*The purpose of writing this paper is to find out whether there is an influence of banking digitalization through Automatic Teller Machine and Mobile Banking on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia digital service users. In this study, the author uses a quantitative method and the type of data used is primary data. The sample used in this study is a customer who uses digitalization services at Bank BSI KCP Semarang MT Haryono. Sampling in this study uses a non-probability sampling method with the purposive sampling method, which is a sampling method with certain objectives and considerations. In determining the number of samples used, it was calculated using the slovin formula. The results of this study were processed using SPSS Version 29.*

*The results of the study show that the variables of Automatic Teller Machine and Mobile Banking have an influence and significance on customer satisfaction of Bank BSI digital service users. And the results of the study partially show that the variables Automatic Teller Machine and Mobile Banking through self-service technology have a significant influence on Bank BSI customer satisfaction because it has a sig.  $<0.05$  and a  $t_{count} > t_{table}$ .*

**Keywords:** *Banking Digitalization Services, Self-Service Technology, Customer Satisfaction, BSI*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrahim*

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atau berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam penulis panjatkan kehadiran Nabi Agung Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self-Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono)”**. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini bisa terselesaikan karena berkar do'a, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini izinkanlah penulis menyampaikan terima kasih kepada:

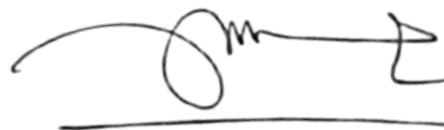
1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan izin penelitian untuk keperluan penyusunan skripsi.
3. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc., selaku Ketua Prodi SI Perbankan Syariah serta Ibu Mardhiyaturrositaningsih, ME., selaku Sekretaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. Choirul Huda, M.Ag., selaku wali dosen saya yang telah membimbing dan membantu saya selama masa perkuliahan.
5. Ibu Henny Yuningrum, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing I dan Ibu Riska Wijayanti, M.H., selaku dosen pembimbing II yang telah sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.

6. Segenap dosen sekaligus karyawan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah membekali penulis dengan berbagai pengetahuan selama kuliah.
7. Perpustakaan pusat Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah menunjang dengan buku-buku pengetahuan yang dapat digunakan referensi dalam penulisan skripsi.
8. PT. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian sehingga dapat membantu kelancaran penulis dalam menyusun skripsi.
9. Saudara serta sahabat yang telah memberikan dukungan, dorongan dan semangat serta bantuan secara materi maupun moril dalam membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi.
10. Serta seluruh pihak yang ikut serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal baik mereka dicatat oleh Allah SWT dan diberikan balasan yang terbaik oleh Allah SWT serta diberikan kemudahan dalam segala hal, Amin. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan peneliti guna untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya harapan peneliti semoga apa yang terdapat dalam penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 26 September 2024

Penulis



Viki Safirotu Nadan  
NIM. 1805036071

## DAFTAR ISI

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| COVER .....                                    | i                                   |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING.....                    | ii                                  |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                        | iii                                 |
| MOTTO.....                                     | iiiv                                |
| PERSEMBAHAN.....                               | v                                   |
| DEKLARASI .....                                | vii                                 |
| PEDOMAN TRANSLITERASI .....                    | viii                                |
| ABSTRAK .....                                  | ixx                                 |
| ABSTRACT .....                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| KATA PENGANTAR .....                           | xii                                 |
| DAFTAR ISI.....                                | xiii                                |
| DAFTAR TABEL.....                              | xvii                                |
| DAFTAR GAMBAR .....                            | xviii                               |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                          | xviii                               |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>                 | <b>1</b>                            |
| 1.1 Latar Belakang.....                        | 1                                   |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                      | 8                                   |
| 1.3 Tujuan.....                                | 8                                   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                    | 9                                   |
| 1.5 Sistematika Penulis.....                   | 9                                   |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>             | <b>11</b>                           |
| 2.1 Deskripsi Teori .....                      | 11                                  |
| 2.2 Digitalisasi Perbankan.....                | 15                                  |
| 2.3 Dasar Hukum Bank Syariah .....             | 18                                  |
| 2.3.1 Al-Qur'an .....                          | 18                                  |
| 2.3.2 Hadist .....                             | 19                                  |
| 2.3.3 Dasar hukum Negara (Undang-Undang) ..... | 20                                  |
| 2.4 Bank Syariah Indonesia.....                | 21                                  |
| 2.5 Kepuasan Nasabah.....                      | 24                                  |

|  |  |           |
|--|--|-----------|
| 2.5.1  | Pengertian Kepuasan.....                       | 24        |
| 2.5.2  | Manfaat Kepuasan Nasabah .....                 | 25        |
| 2.5.3  | Kepuasan Nasabah Menurut Prespektif Islam..... | 26        |
| 2.5.4  | Pengukuran Kepuasan Nasabah.....               | 28        |
| 2.5.5  | Indikator Kepuasan Nasabah.....                | 30        |
| 2.6  | Self-Service Technology (SST).....             | 31        |
| 2.6.1  | <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM).....     | 32        |
| 2.6.2  | <i>Mobile Banking</i> .....                    | 35        |
| 2.7  | Penelitian terdahulu .....                     | 40        |
| 2.8  | Kerangka Berfikir.....                         | 47        |
| 2.9  | Hipotesis Penelitian.....                      | 47        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>             |  | <b>49</b> |
| 3.1  | Jenis dan Sumber Data Penelitian .....         | 49        |
| 3.2  | Sumber Data .....                              | 49        |
| 3.3  | Populasi dan Sampel.....                       | 49        |
| 3.4  | Metode Pengumpulan Data .....                  | 50        |
| 3.5  | Definisi Operasional Variabel .....            | 51        |
| 3.5.1  | Variabel Bebas (Independent).....              | 51        |
| 3.5.2  | Variabel terikat (Dependent).....              | 51        |
| 3.5.3  | Instrumen Penelitian.....                      | 53        |
| 3.6  | Teknik Analisis Data .....                     | 54        |
| 3.6.1  | Statistik Deskriptif.....                      | 54        |
| 3.6.2  | Uji Instrumen .....                            | 54        |
| 3.6.3  | Uji Asumsi Klasik .....                        | 56        |
| 3.6.4  | Analisis Regresi Linier Berganda .....         | 58        |
| 3.6.5  | UJI Hipotesis .....                            | 58        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |  | <b>61</b> |
| 4.1  | Gambaran Umum Objek Penelitian.....            | 61        |
| 4.1.1  | Sejarah BSI KCP MT Haryono Semarang .....      | 61        |
| 4.1.2  | Lokasi BSI KCP MT Haryono Semarang.....        | 62        |

|                             |   |           |
|-----------------------------|---|-----------|
| 4.1.3                       | Logo BSI KCP MT Haryono Semarang .....  | 63        |
| 4.1.4                       | Visi dan Misi KCP MT Haryono Semarang .....   | 63        |
| 4.1.5                       | Struktur Organisasi BSI KCP MT Haryono .....  | 63        |
| 4.1.6                       | Gambaran Umum Responden .....   | 64        |
| 4.2                         | Analisis Statistik Deskriptif.....  | 66        |
| 4.3                         | Uji Instrumen.....  | 67        |
| 4.3.1                       | Uji Validitas .....   | 67        |
| 4.3.2                       | Uji Reliabilitas .....  | 69        |
| 4.4                         | Uji Asumsi Klasik .....   | 69        |
| 4.4.1                       | Uji Normalitas.....   | 70        |
| 4.4.2                       | Uji Multikolinearitas .....   | 71        |
| 4.4.3                       | Uji heteroskedastisitas.....  | 72        |
| 4.5                         | Uji Regresi Linear Berganda .....   | 73        |
| 4.6                         | Uji Hipotesis.....  | 74        |
| 4.6.1                       | Uji t (Uji Parsial) .....   | 74        |
| 4.6.2                       | Uji F (Uji Simultan) .....  | 76        |
| 4.6.3                       | Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....   | 76        |
| 4.7                         | Pembahasan Hasil Penelitian.....  | 77        |
| 4.7.1                       | Pengaruh Layanan ATM Melalui <i>Self-Service Technology</i> (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Perbankan Bank BSI KCP Semarang MT Haryono .....       | 77        |
| 4.7.2                       | Pengaruh Layanan M-Banking Melalui <i>Self-Service Technology</i> (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Perbankan Bank BSI KCP Semarang MT Haryono ..... | 78        |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....  |   | <b>80</b> |
| 5.1                         | Kesimpulan.....   | 80        |
| 5.2                         | Saran.....  | 80        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... |   | <b>82</b> |
| <b>LAMPIRAN</b> .....       |   | <b>88</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                            | 40 |
| Tabel 3. 1 Indikator Variabel .....                              | 51 |
| Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 64 |
| Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....          | 64 |
| Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....     | 65 |
| Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....      | 65 |
| Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan .....   | 66 |
| Tabel 4. 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....              | 66 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....                              | 68 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....                          | 69 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas .....                            | 70 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....                     | 71 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Glejser</i> .....   | 73 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....              | 73 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....                                     | 75 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....                                     | 76 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....      | 77 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Hasil Pra Riset.....  | 4  |
| Gambar 2. 1 Transaksi Uang elektronik .....                               | 16 |
| Gambar 2. 2 ATM.....  | 32 |
| Gambar 2. 3 Mobile Banking.....   | 37 |
| Gambar 2. 4 Kerangka Berfikir.....  | 47 |
| Gambar 4. 1 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i> ..... | 72 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|  |     |
|--|-----|
| Lampiran 1 : Kuesioner.....              | 87  |
| Lampiran 2 : Jawaban Responden.....      | 51  |
| Lampiran 3 : Hasil Output SPSS.....      | 100 |
| Lampiran 4 : Dokumentasi .....           | 105 |
| Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian ..... | 107 |

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri perbankan Indonesia mencatat sejarah baru dengan lahirnya PT. Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI terbentuk dari penggabungan Bank Mandiri Syariah, Bank BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah. Izin untuk merger ini diberikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 27 Januari 2021 melalui surat nomor SR-3/PB.1/2021. Kemudian, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo secara resmi meluncurkan BSI. Penggabungan ini diatur berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 1999, UUPT Nomor 40 Tahun 2007, dan Undang-undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008, dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pelaksanaan rencana pengembangan nasional di bidang keuangan dan ekonomi syariah. Ada harapan besar terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk. Merger dari tiga bank syariah ini berhasil meningkatkan kapasitas dan daya saing BSI dalam memberikan layanan, baik di dalam negeri maupun internasional. Penggabungan ini menyatukan keunggulan dari ketiga bank syariah, memberikan layanan yang lebih komprehensif, jangkauan yang lebih luas, serta kapasitas permodalan yang lebih kuat. Dengan dukungan sinergi bersama perusahaan dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk bersaing di tingkat global.<sup>1</sup>

Perbankan memiliki peran penting dalam pembangunan dan mendukung perekonomian negara, terutama sejak diberlakukannya Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998.<sup>2</sup> Diterbitkannya Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

---

<sup>1</sup> Bank Syariah Indonesia, *Sejarah Perseroan*, Bank Syariah Indonesia, accessed 2 April 2023 [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html).

<sup>2</sup> OJK.go.id, *Bank Umum*, OJK.go.id, 2017 <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/pages/Bank-Umum.aspx>.

bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan memberikan perlindungan hukum bagi bank syariah setelah satu dekade keberadaannya. Undang-undang ini mengatur prinsip bagi hasil, yang sebelumnya belum diatur secara definitif dan komprehensif dalam aktivitas perbankan berbasis prinsip syariah.<sup>3</sup>

Digitalisasi adalah salah satu bentuk kemajuan peradaban modern, di mana sebagian besar aktivitas masyarakat kini beralih ke platform digital, seperti untuk transaksi jual beli dan investasi. Teknologi digital kini memainkan peran krusial, terutama dengan meningkatnya penggunaan perangkat mobile dan komputer untuk transaksi keuangan. Peningkatan penggunaan internet di Indonesia dan ekspansi infrastruktur jaringan mendukung tren ini. Banyak orang kini memilih layanan digital karena merasa lebih nyaman dan aman dalam melakukan transaksi non-tunai dari pada secara tunai.<sup>4</sup> Dalam dunia bank hal tersebut disebut digital banking atau layanan digital perbankan.

Layanan digital perbankan mengacu pada aktivitas perbankan yang dilakukan melalui perangkat elektronik atau digital milik bank dan/atau melalui media digital yang dimiliki oleh calon atau nasabah bank, dan dapat diakses secara mandiri. Dalam digital banking, nasabah dapat mengakses informasi, mendaftar, membuka rekening, melakukan transaksi, dan menutup rekening tanpa perlu bantuan petugas bank. Selain itu, nasabah juga dapat mendapatkan layanan lain seperti nasihat keuangan, informasi investasi, serta melakukan transaksi e-commerce dan kebutuhan lainnya, semuanya melalui satu saluran digital dari bank.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> ojk.go.id, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*, ojk.go.id, n.d.

<sup>4</sup> Ely Laily Bunga Rahayu and Nur Syam, *Digitalisasi Aktivitas Jual Beli Di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial*, *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 4, no. 2 (2021): 672–85

<sup>5</sup> Ira Puspitadewi, *Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai*, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 5, no. 2 (2019): 247–58,

Keberadaan teknologi digitalisasi dalam perbankan telah menjadi pendorong utama di berbagai bidang, terutama dalam ekonomi, seperti sektor keuangan. Banyak perusahaan keuangan kini berlomba-lomba mengedepankan inovasi demi kepentingan masyarakat. Perkembangan teknologi menjadi salah satu cara untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan. Selain itu, teknologi digital juga menawarkan peluang serta tantangan yang harus dihadapi oleh industri keuangan, khususnya bank syariah.<sup>6</sup> Meskipun mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, sebagian besar masih menggunakan bank konvensional. Oleh karena itu, bank syariah perlu mengembangkan strategi untuk menciptakan inovasi layanan dan produk baru guna meningkatkan kepuasan nasabah, sehingga dapat bersaing dengan bank konvensional dan tetap bertahan di dunia perbankan. Layanan yang diberikan oleh bank melalui pemanfaatan teknologi dikenal dengan istilah Digital Banking, yang mencakup fasilitas seperti *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking*. Kedua layanan ini termasuk dalam kategori Teknologi Layanan Mandiri (*Self-Service Technology*).<sup>7</sup>

*Self-Service Technology* adalah sesuatu sarana yang bertujuan memberikan fasilitas kepada nasabah agar bisa melayani diri mereka sendiri tanpa harus tergantung kepada karyawan. Dengan adanya layanan *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking* yang disediakan oleh bank memudahkan nasabah dan Masyarakat mengakses dan mengetahui segala hal terkait dengan produk dan layanan yang ditawarkan dengan praktis serta tidak terkendala ruang dan waktu.<sup>8</sup>

Layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI) mewujudkan diantaranya ada *Automatic Teller Machine* dan *mobile banking* yang merupakan bentuk layanan *Self-Service Technology* yang disediakan

---

<sup>6</sup> Kementerian Komunikasi dan Informasi, *Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Strategi Dan Sektor Potensial*, 2019, 1–68.

<sup>7</sup> OJK, “*Pojk 13-2018.Pdf*,” n.d.

<sup>8</sup> Runita, Sumiati, and Djawahir, *The Influence of Self-Service Technology and Customer Relationship Marketing on Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction*, *Jurnal Aplikasi Manajemen* 19, no. 1 (2021): 217–28, <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.20>.

oleh pihak Bank BSI. Berkat fitur ini, baik bank maupun nasabah mendapatkan keuntungan, bank dapat menghemat biaya operasional dan nasabah tidak akan membuang waktu dan tenaga untuk mengantri di *Teller* dan *Customer Service* serta dapat memberikan manfaat berupa efisiensi, aksesibilitas, dan kemudahan dalam bertransaksi kapan saja dan di mana saja. Namun, meskipun digitalisasi perbankan menawarkan banyak kemudahan, terdapat fenomena gap atau kesenjangan antara harapan nasabah terhadap layanan digital dan realitas yang mereka alami.<sup>9</sup>



**Gambar 1. 1**  
**Hasil Pra Riset**

Peneliti melakukan pra survey penelitian di BSI KCP. Semarang MT Haryono dengan 10 nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia pada hari senin, tanggal 29 Februari 2024. Hasil dari pra riset diketahui bahwasanya nasabah mayoritas merasa puas dengan layanan *Self-Service Teknologi* BSI. layanan tersebut sangat bermanfaat apalagi dalam membantu bertransaksi sehari-hari, sehingga banyak nasabah yang merasa puas menggunakannya. Terdapat juga beberapa kendala dalam menggunakan layanan *Self-Service Teknologi* BSI, seperti halnya terkendala mesin ATM yang masih sedikit dan belum bisa setor tunai, serta beberapa transaksi gagal ketika menggunakan m-banking. Meski demikian, masih ada nasabah yang

---

<sup>9</sup> Melayu S.P Hasiban, *Dasar-Dasar Perbankan*, Bumi Aksara (Jakarta, 2007)

bertekad untuk terus menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia.

Menurut Tjiptono, pelayanan adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen atau nasabah. Layanan dalam perbankan adalah sesuatu yang tidak berwujud, tetapi ditawarkan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah. Layanan ini merupakan bentuk pelayanan yang diberikan seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat.<sup>10</sup> Banyak pelaku ekonomi dan masyarakat kini memanfaatkan layanan perbankan yang modern, efektif, dan efisien melalui e-banking. Freddy Rangkuti menambahkan bahwa produk berkualitas tidak akan ada artinya jika tidak disertai dengan layanan berkualitas tinggi. Maka dari itu semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang tercapai.<sup>11</sup>

Nasabah akan merasa kecewa jika tidak mendapatkan layanan yang memadai. Di sisi lain, layanan yang luar biasa tidak akan berarti banyak jika tidak disertai dengan produk berkualitas yang sesuai dengan ekspektasi nasabah. Jika kinerja layanan tidak memenuhi harapan, hasilnya adalah kekecewaan. Sebaliknya, jika kinerja sesuai harapan, maka nasabah akan merasa puas.<sup>12</sup> Ketika layanan mesin ATM memenuhi harapan, tingkat kepuasan nasabah akan tinggi. Begitu juga, jika layanan mobile banking sesuai dengan ekspektasi, kepuasan nasabah akan meningkat.

Menurut penelitian terbaru oleh Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2020) dalam buku *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, kualitas layanan digital tidak hanya diukur dari

---

<sup>10</sup> Inggang Nuralam, *Manajemen Hubungan Pelanggan Perbankan Syariah Indonesia* (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

<sup>11</sup> Philip Kotler, *Marketing Manajemen* (Jakarta: Indeks, 2009).

<sup>12</sup> Rangkuti Freddy, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).

seberapa canggih teknologi yang digunakan, tetapi juga dari persepsi nasabah terhadap kemudahan penggunaan, keandalan, serta keamanan layanan tersebut. Beberapa studi menunjukkan bahwa meskipun bank telah menyediakan layanan SST, masih ada keluhan dari nasabah terkait kegagalan sistem, kurangnya edukasi pengguna, hingga masalah keamanan data. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun inovasi digital telah diterapkan, kepuasan nasabah tidak selalu tercapai sesuai harapan.

Fenomena ini semakin relevan di Bank Syariah Indonesia, di mana meskipun telah terjadi peningkatan penggunaan layanan digital, beberapa nasabah mengungkapkan ketidakpuasan terhadap layanan SST, seperti lambatnya waktu respons dalam aplikasi mobile banking dan masalah teknis yang berulang. Hal ini mencerminkan adanya kesenjangan antara ekspektasi nasabah terhadap layanan yang cepat dan efisien dengan realitas penggunaan teknologi tersebut.

Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi perbankan melalui SST terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital pada Bank Syariah Indonesia. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi Bank Syariah Indonesia untuk meningkatkan kualitas layanan digitalnya.<sup>13</sup>

Terdapat penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Rahma Novita dkk dengan judul Pengaruh digitalisasi Melalui *Self-Service Technology* terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah, variabel penelitian difokuskan pada *Internet Banking* dan *Mobile*

---

<sup>13</sup> Mary and A. Zeithaml, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th Ed.), 2020, McGraw-Hill Education.

*Banking* sebagai variabel independen dan tingkat kepuasan mahasiswa sebagai variabel dependen serta objek penelitiannya ialah mahasiswa.<sup>14</sup>

Penelitian yang dilakukan Felita dan Mila yang berjudul Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui *Self-Service Technology* (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan iB Hijrah, variabel yang difokuskan adalah *Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile Banking*, dan *Internet Banking* sebagai variabel independen. Sedangkan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen akan tetapi objek penelitiannya ialah nasabah pengguna tabungan IB Hijrah.<sup>15</sup> Penjelasan tersebut terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini, yaitu penelitian ini memiliki 2 variabel independen yang sama seperti penelitian terdahulu (*Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile Banking*). Sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dengan objek penelitian nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono.

Sesuai dengan penjelasan di atas dapat disimpulkan terdapat perbedaan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini memiliki dua variabel X yaitu *automatic teller machine* dan *mobile banking*. Kemudian analisis data menggunakan uji asumsi klasik, uji ketepatan model dengan uji F dan uji determinasi, analisis linear berganda, uji hipotesis dengan uji t, dan objek yang digunakan adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono pengguna digitalisasi perbankan Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini penting untuk diteliti, karena diduga ada beberapa faktor perbedaan penggunaan digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono.

---

<sup>14</sup> Ula, Maslichah, and Junaidi, *Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah*, El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal 3, no. 2 (2022): 178–91.

<sup>15</sup> Felita Restianti et al., *Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan IB Hijrah*, Jamasy : Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah 3, no. 4 (2023): 54.

Berdasarkan masalah yang telah dipaparkan diatas dan dari uraian mengenai beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF-SERVICE TECHNOLOGY* (SST) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA LAYANAN DIGITAL PADA BANK SYARIAH INDONESIA”** (Studi kasus nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pada penelitian ini, masalah pokok yang ingin diteliti ialah pengaruh digitalisasi perbankan melalui *Self-Service Technology* terhadap nasabah bank syariah Indonesia. Pokok masalah tersebut kemudian dirinci melalui rumusan masalahnya diantaranya :

1. Apakah terdapat pengaruh layanan digitalisasi melalui *self-service technology* berupa *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh layanan digitalisasi melalui *self-service technology* berupa *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia?

## **1.3 Tujuan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Digitalisasi perbankan melalui *Self-Service Technology* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia, diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* berupa *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh layanan digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* berupa *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yakni :

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan manfaat guna menambah wawasan dan pengetahuan terkait pengaruh digitalisasi perbankan melalui *Self-Service Technology* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Secara praktis, penelitian ini diharap dapat memiliki manfaat bagi pelaku ekonomi dan membantu pihak-pihak yang mengalami permasalahan sejenis, sehingga diharapkan dapat membuat kebijakan yang lebih tepat.

#### **1.5 Sistematika Penulis**

Penulis menyusun sistematika untuk memberikan gambaran agar pembaca dapat lebih mudah memahami penelitian ini. Adapun sistematika penulisan yang dipakai pada penelitian ini yakni :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab I, diuraikan permasalahan penelitian mulai dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada Bab II, diuraikan secara garis besar terkait landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran skripsi dan hipotesis penelitian

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada Bab III, diuraikan secara garis besar jenis dan sumber data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, metode pengumpulan data, variable penelitian dan pengukuran, teknik analisis data, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab IV, diuraikan secara garis besar terkait gambaran subyek penelitian, deskripsi data dan pengujian hipotesis serta pembahasan hasil penelitian berupa penalaran-penalaran secara teorik maupun empirik sehingga mengarah pada pemecahan rumusan masalah.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada Bab V, diuraikan secara ringkas kesimpulan dari hasil penelitian, serta saran yang ditunjukkan bagi pihak terkait dan penelitian sejenis dimasa depan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Deskripsi Teori**

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah teori yang digunakan untuk memahami penerimaan masyarakat terhadap sistem teknologi informasi. Teori ini diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 dan merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diciptakan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980. TAM menjadi salah satu teori yang paling sering digunakan dalam penelitian teknologi untuk mengukur tingkat penerimaan dan pemahaman konsumen terhadap layanan teknologi baru yang diperkenalkan.<sup>16</sup>

Pengadopsian teori TAM dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*) didasarkan pada teori tindakan beralasan, dengan asumsi bahwa persepsi dan reaksi seseorang terhadap suatu hal dapat mempengaruhi sikap dan perilakunya. Dalam konteks penerimaan teknologi, persepsi dan reaksi pengguna terhadap teknologi informasi (IT) memainkan peran penting dalam membentuk sikap mereka, yang pada akhirnya menentukan apakah mereka akan menerima teknologi tersebut atau tidak.<sup>17</sup>

Menurut Davis, 1989 *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki dua konstruksi utama yang memengaruhi perilaku pengguna teknologi informasi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Kedua variabel ini membantu menjelaskan perspektif perilaku pengguna, dimana kemudahan dan manfaat yang dirasakan dari penggunaan teknologi menjadi dasar dalam menentukan sikap, perilaku, atau

---

<sup>16</sup> Hartono, Jogyanto, *Metodologi Penelitian Sistem Informasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008). Hal. 114-115.

<sup>17</sup> Made Wahyu Adhiputra, *Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking* 2, no. 1 (2015): 52–63.

tindakan mereka sebagai ukuran penerimaan terhadap teknologi tersebut.<sup>18</sup>

Semakin mudah teknologi digunakan, semakin ringan usaha yang dibutuhkan pengguna untuk meningkatkan produktivitasnya melalui teknologi. Selain itu, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin besar pula pengaruhnya dalam mendorong mereka untuk menggunakan teknologi tersebut.

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan pengembangan dari teori psikologis yang menjelaskan bahwa perilaku pengguna layanan berbasis teknologi informasi didasari oleh kepercayaan, sikap, minat, serta hubungan perilaku pengguna.<sup>19</sup> Tujuan utama dari teori TAM adalah untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna serta faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku mereka dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi informasi.

Menurut Van den Bosch dalam Kurniawan dkk. (2013), penerimaan terhadap layanan berbasis teknologi mutakhir dapat dilihat dari sikap positif konsumen serta perilaku aktual dalam menggunakan layanan tersebut. Semakin positif sikap konsumen terhadap layanan baru dan semakin tinggi kecenderungan mereka untuk benar-benar menggunakannya, maka hal ini menunjukkan tingkat penerimaan yang lebih baik terhadap layanan tersebut. Dengan demikian, ketika sikap positif dan penggunaan nyata meningkat, diharapkan hal ini akan berdampak pada peningkatan penggunaan layanan secara keseluruhan.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Firdaus, Krisbiantoro, D., and Afiana, F. N., *Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*, *Journal of Information System Management (JOISM)* 3, no. 2 (2021): 56–62.

<sup>19</sup> Alam Ali Iskandar, "The Third International Conference on Law, Business and Governance," *Universitas Bandar Lampung (UBL)* 2339–1650 (2016): 22.

<sup>20</sup> David Kurniawan et al., "Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Reasoned Action," *Jurnal Strategi Pemasaran* 1, no. 1 (2013): 1–13.

Sesuai dengan namanya, "Acceptance" dalam TAM berarti penerimaan, sehingga TAM dapat diartikan sebagai model yang digunakan untuk memahami perilaku pengguna dalam menerima teknologi. Berdasarkan definisi di Wikipedia, TAM adalah teori sistem informasi yang menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Melalui TAM, asumsinya pada saat pengguna akan menggunakan sistem informasi yang baru maka ada 2 (dua) faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use Perceived*)

Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa "Ease" artinya "freedom from difficulty or great effort". Selanjutnya "easy to use perceived" didefinisikan "the degree to which a person believe that using a particular system would be free of effort". Jika diaplikasikan untuk sistem informasi perpustakaan, maka maksudnya pengguna meyakini kalau sistem informasi perpustakaan tersebut mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunanya. Hasil penelitian Davis (1989) menunjukkan jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem yang baru dapat diterima oleh pengguna.

2. Persepsi Kebermanfaatan (*Usefulness Perceived*)

Dalam Davis (1989) disebutkan bahwa "the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance". Hal ini dimaksudkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan sistem informasi perpustakaan tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini menggambarkan manfaat sistem dari penggunanya yang berkaitan dengan berbagai aspek. Jadi dalam persepsi kebermanfaatan ini membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan

apakah jadi menggunakan sistem informasi atau tidak. Asumsinya jika pengguna mempercayai kalau sistem tersebut berguna maka tentu akan menggunakannya, tetapi sebaliknya jika tidak percaya kalau berguna maka jawabannya pasti tidak akan menggunakannya.<sup>21</sup>

Model TAM mampu menjelaskan bahwa persepsi seorang konsumen memengaruhi sikapnya dalam menggunakan teknologi. Model ini secara jelas menunjukkan bahwa minat untuk menggunakan IT dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Kedua persepsi ini berperan penting dalam menentukan apakah seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi tersebut.<sup>22</sup>

Menurut Hartono terdapat empat keunggulan utama dari teori *Technology Acceptance Model (TAM)*:

1. TAM adalah model perilaku yang berguna dalam menjelaskan mengapa banyak sistem teknologi informasi gagal diimplementasikan, yaitu karena penggunanya tidak memiliki keinginan untuk memanfaatkannya.
2. TAM dibangun berdasarkan landasan teori yang kuat.
3. TAM telah diuji oleh banyak peneliti, yang sebagian besar mendukung teori ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik.
4. Meskipun sederhana, TAM mampu memperoleh hasil yang valid.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Endang Fatmawati, *Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*, Jurnal Iqra' 09, no. 01 (2015): 6.

<sup>22</sup> Adhiputra, *Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking*, Jurnal Bisnis dan Komunikasi, 2 (1),52 - 63

<sup>23</sup> Arif Hartono et al., "Integration of Information System Success Models to Explain End User Satisfaction of Debtor Information Systems" 2, no. 1 (2019): 32–41.

## 2.2 Digitalisasi Perbankan

Pada sektor keuangan, ruang lingkup pekerjaan, lingkungan kerja, dan cara kerja semuanya berubah akibat digitalisasi. Kemajuan dalam inovasi data dan kerangka otomatis telah memungkinkan digitalisasi membuat pekerjaan lebih efisien dan lebih cepat. Kesimpulan yang dapat diambil adalah perbankan harus beralih ke perbankan digital jika memiliki ambisi untuk terus bersaing dalam perebutan pangsa pasar saat ini. Menurut Otoritas Jasa Keuangan dengan adanya ketentuan tertentu yang ditetapkan oleh OJK, perbankan diharapkan mampu melakukan berbagai inovasi dalam bentuk layanan perbankan digital, sehingga dapat memaksimalkan kepuasan nasabah dengan mengedepankan manajemen risiko pengelolaan teknologi informasi.<sup>24</sup>

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan bahwa layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah bank, yang dilakukan secara mandiri yang memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank.<sup>25</sup>

Dapat disimpulkan layanan perbankan digital atau Digital Banking adalah kemampuan bagi nasabah untuk mendapatkan informasi, melakukan registrasi pembukaan rekening, transaksi

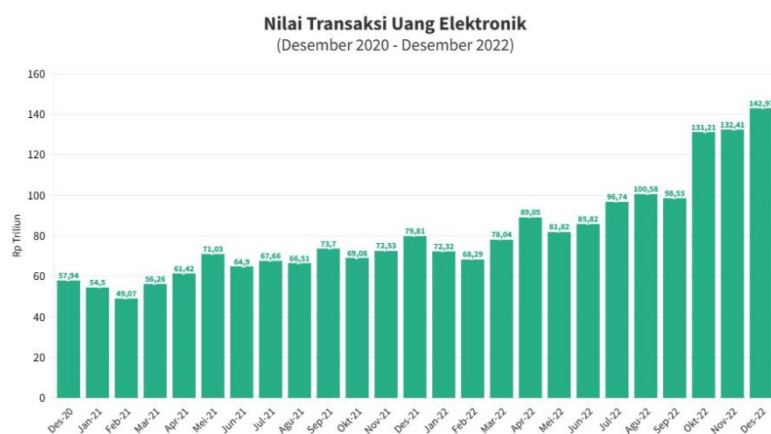
---

<sup>24</sup> Otoritas Jasa Keuangan, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2023 Tentang Layanan Digital Oleh Bank Umum,” 2023.

<sup>25</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Mengenal Otoritas Jasa Keuangan & Industri Jasa Keuangan* (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2020), [https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/512\\_Reduced\\_Small\\_Size\\_Buku\\_SMA\\_OJK\\_Ver8\\_2020\\_11\\_04-min.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/512_Reduced_Small_Size_Buku_SMA_OJK_Ver8_2020_11_04-min.pdf).

perbankan dan penutupan rekening tanpa bantuan petugas bank. Selain itu, nasabah juga dapat mengakses informasi dan melakukan transaksi diluar produk perbankan seperti layanan saran keuangan (*financial advisory*), informasi investasi, dagang elektronik (*e-commerce*) dan berbagai kebutuhan lainnya hanya melalui satu saluran dengan menggunakan sarana elektronik/digital bank.

Keuntungan digitalisasi perbankan terutama terletak pada pengurangan biaya operasional dan digitalisasi perbankan merupakan investasi jangka panjang. Bank dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan mengurangi anggaran investasi untuk pembukaan cabang dan bank kecil. Inilah sebabnya mengapa bank harus segera mengubah infrastruktur IT mereka. Seiring dengan berkembangnya *e-commerce*, dunia perbankan juga harus mampu mengikuti tren transaksi digital, termasuk hadirnya sektor baru dalam industri berupa *fintech*, serta layanan perbankan keuangan berbasis internet dimana kini jumlahnya semakin meningkat di Indonesia.<sup>26</sup>



**Gambar 2. 1**  
**Transaksi Uang Elektronik**

Menurut data Bank Indonesia (2023), nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp. 142,97 triliun pada Desember 2022. Jumlah

<sup>26</sup> Asti Marlina and Widhi Ariyo Bimo, “Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank,” *Inovator* 7, no. 1 (2018): 14, <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>.

tersebut meningkat 7,98% dibanding bulan sebelumnya yang sebesar Rp. 132,41 triliun. Nilai transaksi uang elektronik juga melesat 79,14% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Pada Desember 2022, nilai transaksi uang elektronik tercatat sebesar Rp. 79,81 triliun.<sup>27</sup> Hal ini menjadikan industri perbankan sebagai salah satu industri yang harus bertransformasi secara digital agar dapat terus berhasil dalam persaingan yang ketat guna memenuhi perilaku konsumen yang beralih ke digital. Hal ini jelas dianggap efektif oleh nasabah karena layanan *Mobile Banking* memungkinkan nasabah melakukan transaksi yang dapat dilakukan melalui ATM, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian voucher pulsa, dan dapat membuka rekening tanpa harus datang ke kantor cabang.

Menurut Chris, perbankan digital mengikuti inovasi dalam perbankan dan bagaimana *Internet seluler* mengubah dinamika cara konsumen dan perusahaan dengan bank mereka. Alasan mengapa perbankan digital lebih dari sekadar platform seluler atau *online* adalah karena perbankan digital mencakup solusi *middleware*. *Middleware* adalah perangkat lunak yang menghubungkan sistem operasi atau database dengan aplikasi lain. James menjelaskan bahwa bentuk pertama dari perbankan digital adalah munculnya mesin dan peluncuran kartu ATM pada tahun 1960-an. Ketika *Internet* muncul pada tahun 1980an dengan dimulainya *broadband*, jaringan digital mulai menghubungkan pengecer dengan pemasok dan konsumen, menciptakan permintaan akan layanan perbankan online.<sup>28</sup>

Inovasi pelayanan, kerja sama dengan mitra Bank, dan otomatisasi proses menjadi beberapa hal yang harus diperhatikan oleh Bank, terutama dalam menghadapi risiko yang mungkin muncul dari

---

<sup>27</sup> Ridhwan Mustajab, "Nilai Transaksi Uang Elektronik Naik 7,98% Pada Desember 2022," Data Indonesia, 2023, <https://dataindonesia.id/keuangan/detail/nilai-transaksi-uang-elektronik-naik-798-pada-desember-2022>.

<sup>28</sup> Razatul Janna, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Digital Banking Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Tehecnology (UTAUT ) pada PT. Bank Syariah mandiri cabang banda aceh*, 2019

setiap strategi yang akan dirumuskan pada masa depan. Layanan Perbankan Digital (*Digital Banking*) diharapkan dapat memberikan kemudahan pada level yang lebih tinggi dibandingkan dengan layanan yang sudah ada. Pada sisi lain Layanan Perbankan Digital meningkatkan risiko yang akan dihadapi Bank, terutama terkait dengan risiko operasional, risiko strategi, dan risiko reputasi. Dengan diterbitkannya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan ini, bank diharapkan dapat menyelenggarakan layanan perbankan digital dengan tetap mengedepankan manajemen risiko dalam penggunaan Teknologi Informasi.<sup>29</sup>

### 2.3 Dasar Hukum Bank Syariah

Dasar hukum merupakan landasan bagi bank syariah dalam menjalankan aktivitas perbankan.

#### 2.3.1 Al-Qur'an

Dasar hukum utama pendirian bank syariah adalah Al-Quran. Salah satu ayat Al-Quran yang menjelaskan tentang perbankan syariah adalah Q.S Al-Baqarah Ayat 275 :

اَلَّذِيْنَ يَأْكُلُوْنَ الرِّبْوَا لَا يَتَّقُوْمُوْنَ اِلَّا كَمَا يَتَّقُوْمُ الَّذِيْ يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطٰنُ

مِّنَ الْمَسِّ ذٰلِكَ بِاَنَّهُمْ قَالُوْا اِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبْوَا وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ

وَ حَرَّمَ الرِّبْوَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ

وَأَمْرُهُ إِلَى اللّٰهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولٰٓئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ

*“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli*

---

<sup>29</sup> Otoritas Jasa Keuangan, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum,” Ojk RI, no. I (2018): 1–55., hal 1-3

*sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”<sup>30</sup>*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang-orang yang memakan riba (bunga uang) akan bangkit pada hari kiamat seperti orang yang kerasukan setan, dan Allah melarang keras praktik riba. Namun, Allah membolehkan perdagangan sebagai aktivitas yang sah. Ayat ini sangat jelas dalam menekankan bahaya riba dan memberikan peringatan keras kepada mereka yang terlibat dalam praktik ini, sembari memberikan kesempatan kepada mereka yang bertaubat.

### 2.3.2 Hadist

Salah satu hadis Rasul yang dapat dijadikan rujukan dasar hukum transaksi pada bank syariah adalah :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - «أَنَّ النَّبِيَّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ -  
سُئِلَ: أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ»  
رَوَاهُ الْبَيْهَقِيُّ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

*“Dari Rifaah bin Rafie ra, bahwa Rasulullah saw pernah ditanya pekerjaan apakah yang paling mulia, beliau menjawab : pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur”. (HR. Al-Bazzar.<sup>31</sup>*

---

<sup>30</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, “Al-Qur’an Dan Terjemahan, Q.S Al-Baqarah : 275,” n.d., <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=275>.

<sup>31</sup> “Kitab Bulughul Maram,” Pustaka Al-Hidayah”, 2008.

عن أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ  
وآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ : إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ، (رواه البيهقي وابن ماجه  
وصححه ابن حبان)

*“Dari Abu Said al-Hudri bahwa Rasulullah saw bersabda  
“sesungguhnya jual beli itu dilakukan dengan suka sama suka”  
(HR. Al-Baihaqi dan Ibnu Majah)*

Hadits ini menekankan bahwa dalam islam, transaksi jual beli yang sah harus didasarkan pada persetujuan dan kerelaan kedua belah pihak. Prinsip ini menjadi fondasi penting dalam muamalah, memastikan transaksi ekonomi dilakukan dengan keadilan, transparansi, dan keseimbangan. Usaha yang dilakukan sendiri serta jual beli yang jujur dan adil dianggap sebagai sumber penghasilan yang paling baik dan berkah menurut Nabi Muhammad SAW. Prinsip ini berlaku tidak hanya dalam usaha individu tetapi juga dalam semua aspek ekonomi dan perdagangan Islam, Termasuk praktik perbankan syariah.

### **2.3.3 Dasar hukum Negara (Undang-Undang)**

Dasar hukum perbankan syariah dimulai dengan Undang-Undang No.7 tahun 1992 tentang sistem perbankan. Namun Undang-Undang ini tidak memberikan landasan hukum yang cukup kuat untuk digunakan bagi perkembangan bank syariah di Indonesia maka terjadilah perubahan dan menghasilkan UU No. 10 tahun 1998 sebagai penyempurnaan atas Undang-Undang Nomer 7 tahun 1992 karena dalam undang-undang tersebut bank syariah hanya dipahami sebagai bank bagi hasil yang selanjutnya harus tunduk pada peraturan perbankan umum konvensional.

Undang-Undang No.10 tahun 1998 memuat pengertian perbankan dan pengertiannya aktivitas yang dapat dilaksanakan dan sekaligus dijelaskan oleh bank. Serta dijelaskan juga mengenai prinsip syariah, dimana prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain. Menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan komersial atau kegiatan lainnya yang dinyatakan berdasarkan syariah, termasuk pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa opsi (ijarah), atau dengan kemungkinan mengalihkan kepemilikan barang yang disewa dari bank pihak lain (ijarah wa iqtina).<sup>32</sup>

Surat Keputusan No. AHU-0006268. AH.01.02. Penggabungan PT. BRI Syariah, PT. BNI Syariah dan PT. Bank Syariah Mandiri berdasarkan Pasal 123 ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa kegiatan merger perlu mendapat persetujuan instansi terkait dalam hal ini yaitu OJK melalui Keputusan Dewan OJK melalui Keputusan Dewan OJK. Komisaris No.4/KDK.03/2021 tanggal 27 Januari 2021. Sesuai permintaan Menteri BUMN, pada 21 Februari 2021 dengan nama PT. Bank Syariah Indonesia resmi beroperasi.<sup>33</sup>

#### **2.4 Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi topik hangat perbincangan di awal tahun 2021. Hal yang di tunggu-tunggu

---

<sup>32</sup> Undang-Undang Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan*, 1998.

<sup>33</sup> Riska Wijayanti and Septiana Na'afi, *Impact and Effort of Legal Protection for Stakeholders Due to Merger Activities Islamic Banks in Indonesia*, *Ekonomika Syariah : Journal of Economic Studies* 6, no. 2 (2022): 121, <https://doi.org/10.30983/es.v6i2.5809>.

masyarakat Indonesia selama ini kini menjadi kenyataan. Begitu pula para pengamat ekonomi di Indonesia. Tepat pada 1 Februari 2021 Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Erick Thohir mengumumkan keputusan bahwa tiga Bank Syariah milik pemerintah, yakni BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah akhirnya menjadi satu kesatuan dan berganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) setelah melalui Komite Nasional Islam Ekonomi dan Keuangan (KNKS).<sup>34</sup> Penggabungan ketiganya diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 1999, UUPT Nomor 40 Tahun 2007 dan Syariah Undang-Undang Perbankan Nomor 21 Tahun 2008, bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelaksanaan rencana pembangunan nasional di bidang keislaman keuangan dan ekonomi.<sup>35</sup>

Merger Bank Syariah Indonesia mempunyai peran strategis dalam mewujudkan visi Indonesia sebagai pusat keuangan syariah di dunia. Indonesia merupakan satu-satunya Negara di Asia Tenggara yang menjadi anggota G-20 dengan modal ekonomi syariah yang besar, integrasi AEC 2020, demografi pegawai bank syariah, tingkat penetrasi pembiayaan yang rendah, dan dukungan peningkatan literasi masyarakat.<sup>36</sup> Banyak yang optimis BSI akan memberikan dampak signifikan terhadap sistem perbankan syariah di Indonesia. Sentimen positif pun hadir dari berbagai pelaku ekonomi di Indonesia.

Menurut Banjaran Surya Indrastomo, pengamat sekaligus pengajar Studi Ekonomi Islam Universitas Indonesia, bank syariah hasil merger memiliki prospek cerah karena akan mewarisi kebaikan ketiga entitas yang terkait. Hal ini memberikan kekuatan penuh bagi bank syariah hasil merger untuk meningkatkan pangsa pasarnya di pasar

---

<sup>34</sup> Bank Syariah Indonesia, *Sejarah Perseroan*.

<sup>35</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2023 Tentang Layanan Digital Oleh Bank Umum*.

<sup>36</sup> Wijayanti and Na'afi, *Impact and Effort of Legal Protection for Stakeholders Due to Merger Activities Islamic Banks in Indonesia*.

keuangan syariah.<sup>37</sup> Seperti kita ketahui saat ini, ketiga bank syariah hasil merger tersebut semuanya mempunyai keunggulan masing-masing. Misalnya : Bank Syariah Mandiri yang terkenal dengan sistem kerja dan profesionalismenya, Bank BNI Syariah dengan kemampuan inovasinya, dan BRI Syariah dengan pemahaman lokal dan regionalnya. Sehingga banyak yang memperkirakan BSI akan menjadi lebih lincah dan kompetitif dengan Bank Konvensional yang saat ini lebih dominan.<sup>38</sup>

Tantangan BSI tentu tidak sesederhana yang kita bayangkan. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia masih kurang memahami produk perbankan syariah. Hal ini dijelaskan dalam survey yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016. Survey tersebut menjelaskan bahwa hanya 21,84% masyarakat Indonesia yang mengenal produk perbankan syariah.<sup>39</sup>

Sementara setahun kemudian, pada tahun 2017, OJK menjelaskan rata-rata 10.000 pengguna produk perbankan, hanya 2.000 yang menggunakan produk perbankan syariah. Penelusuran ini tentu saja merupakan ironi hukum syariah perbankan di Indonesia.<sup>40</sup> Saat ini BSI memiliki 1.120 cabang di seluruh Indonesia. Jumlah cabang lebih banyak dibandingkan dua bank besar BSI, BTN yang memiliki 880 cabang (termasuk kantor kas) dan Bank CIMB Niaga yang hanya memiliki 466 cabang. Jumlah pegawai BSI juga cukup banyak yakni 20.094 orang. Selain itu, jumlah kantor BSI pun semakin bertambah. Tersebar di berbagai kota di Indonesia. Bahkan di wilayah dengan

---

<sup>37</sup> Alfi Dinilhaq, Maruf Amin Pedes Indonesia Jadi Pusat Ekonomi Syariah Global, *wartaekonomi.co.id*, 2023, <https://wartaekonomi.co.id/read329477/BSI>.

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Anriza Witi Nasution and Anriza Witi Nasution, *Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah*, *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2019): 40, <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>.

<sup>40</sup> Ibid.

penekanan yang kurang representative pun sudah tersedia pelayanan di Kantor Cabangnya.<sup>41</sup>

## **2.5 Kepuasan Nasabah**

### **2.5.1 Pengertian Kepuasan**

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang terjadi setelah membandingkan persepsi atau kesan seseorang terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Jadi, kepuasan nasabah merupakan fungsi dari persepsi atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa puas atau senang. Karena kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai konsumen yang tinggi. Kepuasan konsumen juga dapat diartikan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>42</sup>

Kepuasan nasabah merupakan konsep yang terkenal dan banyak digunakan diberbagai bidang riset. Tingkat kepuasan yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank dan pertumbuhan nasabah dengan kata lain (nasabah mampu mengevaluasi kinerja layanan relative terhadap harapan mereka sebelum membeli atau mengkonsumsi). Kepuasan nasabah merupakan salah satu tujuan dari aktifitas bisnis, disamping itu kepuasan nasabah juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan.<sup>43</sup> Dengan terpuaskan keinginan dan kebutuhan nasabah maka hal tersebut memiliki dampak positif bagi perusahaan. Apabila nasabah merasa puas akan suatu produk atau jasa maka tentunya nasabah akan selalu menggunakan barang atau jasa tersebut secara terus-menerus. Dengan demikian, perusahaan

---

<sup>41</sup> BSI, "Informasi Perusahaan," n.d., <https://www.bankbsi.co.id/company-information>.

<sup>42</sup> Nasution, N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. (Bogor: Ghalia Indonesia)

<sup>43</sup> Tjipton, F (2014). *Pemasaran Jasa* Yogyakarta : CV. Andi Offset.

tersebut laku dipasaran sehingga akan mendapat laba dan akhirnya perusahaan akan tetap bertahan bahkan kemungkinan akan berkembang.

Kepuasan nasabah meliputi perasaan yang menunjukkan sejauh mana nasabah tersebut merasa senang dengan pengalaman transaksinya selama berhubungan dengan bank yang diukur dari perasaan yang timbul dari pelanggan dalam memilih sebagai mitra bisnisnya dan juga kesesuaian harapan yang diukur dari perasaan pelanggan. Kepuasan nasabah perlu diperhatikan agar perbankan syariah dapat tetap eksis dan berkompetensi dalam dunia perbankan yang tingkat persaingannya semakin tinggi. Nasabah yang kepuasannya terpenuhi akan menciptakan tingkat loyalitas yang tinggi.<sup>44</sup>

Berdasarkan perilaku organisasi, perbedaan Antara kinerja yang diharapkan dan yang dirasakan dipengaruhi oleh kualitas, marketing mix, dan merk serta citra perusahaan atau bank. Penelitian ini menunjukkan bahwa kecocokan positif dan negative mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap kepuasan, dan bahkan ketidakcocokan berpengaruh lebih besar terhadap ketidakpuasan. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan, digunakan ukuran sebagai berikut :

1. Apabila kinerja > harapan (Pelanggan akan puas)
2. Apabila kinerja = harapan (Pelanggan puas)
3. Apabila kinerja < harapan (Pelanggan kecewa).<sup>45</sup>

### **2.5.2 Manfaat Kepuasan Nasabah**

Menurut Tjiptono menyatakan bahwa manfaat dari adanya kepuasan pelanggan adalah :

---

<sup>44</sup> Tuti Meylani Aisyah Ria, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe's Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar*, 25 (2022).

<sup>45</sup> K.L Kotler, p., Keller, *Marketing Management* (pearson, 2016).

1. Hubungan antara perusahaan dan nasabahnya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata nasabah.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas begitu juga sebaliknya. Ketika kinerja memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas, yang dapat berujung pada loyalitas dan rekomendasi positif terhadap harapan pelanggan dan Upaya untuk meningkatkan kinerja secara berkelanjutan menjadi kunci utama dalam menjaga kepuasan pelanggan.<sup>46</sup>

### **2.5.3 Kepuasan Nasabah Menurut Prespektif Islam**

Dalam Islam, kepuasan dicapai ketika kebutuhan fisik dan non fisik seseorang terpenuhi. Kebutuhan fisik bukan sekedar keinginan, melainkan kebutuhan yang mempunyai nilai guna tertentu tergantung tingkat kegunaannya. Sedangkan kebutuhan non-materi berupa nilai-nilai ibadah yang timbul dari apa yang telah dilakukan. Wujud kepuasan konsumsi bagi konsumen muslim tidak harus berupa kesenangan, melainkan pemenuhan suatu kebutuhan yang perlu dipenuhi pada saat itu, dan sebenarnya yang diridhai oleh Allah SWT.

---

<sup>46</sup> Anastasia Diana Tjiptono, Fandy, *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022).

Allah SWT berfirman dalam Q.S At-Taubah ayat 59 :

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا

اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya : *Seandainya mereka benar-benar rida dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya, dan (demikian pula) Rasul-Nya. Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang selalu hanya berharap kepada Allah.”*

Islam mengatur bagaimana memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Untuk mencapai kualitas pelayanan tertinggi dalam suatu perusahaan diperlukan landasan manajemen islami yang kuat atau dikenal dengan istilah Total Islamic Quality (TIQ). Dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, dan dapat terbentuk apabila memenuhi instrument sebagai berikut :

1. Harus dilandasi kesabaran yang besar
2. Komitmen jangka panjang
3. Peningkatan kualitas pelayanan secara terus menerus
4. Kerjasama dan rasa hormat terhadap setiap orang
5. Pendidikan dan latihan

Jadi dapat disimpulkan, seseorang dikatakan puas apabila kebutuhannya terhadap suatu produk atau jasa dapat membawa manfaat bagi kehidupannya terpuaskan dan memiliki nilai ibadah dihadapan Allah SWT juga dalam proses pencapaiannya sesuai dengan ajaran islam.

#### 2.5.4 Pengukuran Kepuasan Nasabah

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan. Selain itu dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan faktor pribadi. Mengukur kepuasan nasabah telah menjadi sangat penting bagi perusahaan manapun. Karena kepuasan nasabah dapat menjadi tolak ukur kepuasan nasabah yang merupakan umpan balik yang sangat penting bagi setiap bank atau perusahaan. Karena langkah ini memungkinkan dan memberikan umpan balik dan masukan untuk kebutuhan pengembangan dan implementasi strategi kepuasan nasabah.

Pengukuran kepuasan nasabah dapat menjadi dasar dalam menetapkan standar kinerja yang ingin dicapai, membuka jalan bagi bank dan perusahaan untuk mencapai kualitas yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan nasabah. Untuk mengetahui kepuasan atau ketidakpuasan nasabah terhadap hubungannya dengan bank, diperlukan alat ukur untuk mengetahui kepuasan nasabah. Ada beberapa cara untuk mengetahui kepuasan nasabah suatu bank.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan nasabah :<sup>47</sup>

##### 1. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan pelanggan. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telephone khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cukup pasif maka sulit memperoleh gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan karena tidak semua pelanggan yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya.

---

<sup>47</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Keenam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), Tahun 2012

Bisa saja pelanggan langsung beralih ke perusahaan lain tidak akan menjadi pelanggan perusahaan tersebut lagi.

## 2. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian yang dilakukan untuk mengenai kepuasan pelanggan digunakan melalui metode survey baik melalui telephone maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan ini dapat melalui beberapa metode yang dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain :

- a. *Directly Reported Satisfaction*, pengukuran dilakukan melalui pertanyaan langsung.
- b. *Derived Dissatisfaction*, pertanyaan yang dimaksud menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah dirasakan atau diterima.
- c. *Problem Analysis*, pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkap 2 hal pokok yaitu, mengenai masalah-masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.
- d. *Importance-Performance Analysis*, dalam teknik ini responden diminta meranking beberapa elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya.

## 3. Belanja Siluman (*Ghost Shopping*)

Metode dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kekurangan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga datang melihat langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya.

Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penelitian.

#### 4. Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*)

Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain. Yang diharapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

### 2.5.5 Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller untuk mengukur kepuasan pelanggan atau konsumen :

1. Kesesuaian harapan, kesesuaian harapan berhubungan dengan perbandingan antara harapan pelanggan sebelum menggunakan layanan atau produk dan kenyataan yang mereka alami. Jika layanan atau produk memenuhi atau melebihi harapan, tingkat kepuasan pelanggan akan tinggi. Sebaliknya, jika layanan atau produk tidak memenuhi harapan, kepuasan akan rendah.
2. Minat menggunakan kembali, Pelanggan yang puas biasanya akan memiliki niat untuk kembali menggunakan layanan atau produk tersebut. Indikator ini penting karena pelanggan yang loyal dapat memberikan kontribusi berkelanjutan bagi bisnis.
3. Kesiediaan merekomendasikan, Pelanggan yang puas seringkali bersedia merekomendasikan layanan atau produk kepada keluarga, teman, atau rekan kerja mereka. Ini merupakan indikator penting dari kepuasan karena rekomendasi positif dapat meningkatkan reputasi bisnis dan menarik pelanggan baru.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa : Prinsip Dan Startegi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2015).

## 2.6 Self-Service Technology (SST)

*Self-Service Technology* merupakan teknologi yang digunakan oleh konsumen tanpa adanya layanan langsung dari bank. Misalnya, mesin ATM, layanan *Internet Banking* dan *e-commerce* yang lainnya.<sup>49</sup> Inovasi layanan berbasis teknologi ini perlahan menjadi bagian penting bagi perusahaan yang bekerja sama langsung dengan pembeli demi kemajuan jangka panjang. Pengguna *Self-Service Technology* sudah di kenal menyeluruh dalam beberapa tahun terakhir karena kemampuannya untuk mengubah proses bisnis.<sup>50</sup>

Inovasi teknologi yang berkembang akan semakin berdampak pada cara nasabah berinteraksi dengan bank, dan pada akhirnya keberhasilan bank dalam jangka panjang. Sebagian besar perusahaan menggunakan *Self-Service Technology* karena alasan sebagai berikut :

1. Terlalu banyak layanan yang bisa dilakukan dengan bantuan teknologi.
2. *Self-Service Technology* sebagian besar digunakan oleh sejumlah bisnis.
3. Nasabah secara tidak langsung dilatih untuk belajar menerima informasi, dan menyediakan layanan mereka tanpa bantuan karyawan dengan teknologi itu sendiri.

Menurut Hasieh, hal yang perlu diperhatikan saat memanfaatkan inovasi *Self-Service Technology* yaitu :

1. Biaya
2. Jenis layanan yang disediakan
3. Kualitas
4. Layanan dan presentasi
5. Rancangan atau desain

---

<sup>49</sup> Ula, Maslichah, and Junaidi, *Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah*. *Ekonomika Syariah : Journal of Economic Studies* 6, no. 2 (2022): 121

<sup>50</sup> Annissa Mutia, *Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet Atau Mobile-Banking*, *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2022, 1–1, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/06/survei-mayoritas-publik-indonesia-belum-pernah-akses-internet-atau-mobile-banking>.

6. Strategi perusahaan mencegah kegagalan dan mengelolanya
7. Satu jenis layanan yang menjadi alternative
8. Kapasitas perusahaan untuk terus berinovasi.<sup>51</sup>

### **2.6.1 Automatic Teller Machine (ATM)**

#### **2.6.1.1 Pengertian Automatic Teller Machine (ATM)**

*Automatic Teller Machine (ATM)* merupakan sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi yang biasanya dilakukan oleh *Automatic Teller Machine (ATM)* dapat menggantikan fungsi teller untuk melayani beberapa jenis transaksi perbankan. Untuk mengoperasikan *Automatic Teller Machine (ATM)* biasanya diperlukan peralatan berupa kartu plastik (*Plastic Card*) dan kode pengenalan diri (*personal identification card*).<sup>52</sup>



**Gambar 2. 2**

#### ***Automatic Teller Machine (ATM)***

ATM merupakan fasilitas dari perbankan berupa alat elektronik yang berfungsi untuk mempermudah nasabah dalam menarik uang tunai dan mendapatkan informasi

---

<sup>51</sup> Banar Suryo Wicaksono, *Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Dan Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Pt . Bank Rakyat Indonesia ( Persero ) Tbk . Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang)*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 25, no. 2 (2015): 1–10.

<sup>52</sup> Julius R. Latu Maerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, h.284

lainnya.<sup>53</sup> Ditinjau dari perspektif islam ATM atau kartu debit dijelaskan dalam fatwa DSNMUI No.54/DSN-MUI/X/2006, menetapkan bahwa syariah card adalah kartu yang berfungsi seperti kartu kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang ada) antara pihak penerbit kartu dengan pemegang kartu berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa ini.<sup>54</sup>

Setiap pemilik kartu ATM memiliki Personal Identification Number (PIN) yaitu nomor identifikasi untuk seorang nasabah pemegang kartu ATM dan hanya yang bersangkutan sendiri yang mengetahuinya. Kartu ATM diterbitkan dengan bahan plastik dan berbentuk persegi yang ramping dengan tujuan agar mudah disimpan dan diawal. Selain itu terdapat batasan maksimal dalam penarikan uang tunai menggunakan ATM yaitu sebesar 5-15 juta sesuai jenis kartu debit. Hal ini bertujuan mengantisipasi adanya kerusakan yang disebabkan kelebihan penyediaan uang tunai dalam mesin ATM. Pada umumnya setiap nasabah yang menggunakan layanan ATM akan dikenakan biaya setiap bulanya sesuai dengan ketentuan dan kebijakan bank masing-masing.<sup>55</sup>

Beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) antara lain:

---

<sup>53</sup> Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security Dengan Teknik Hacking Dan Carding*, 2013.

<sup>54</sup> Dewan Syariah Nasional MUI, *Fatwa Dewan Syariah Nasional NO: 54/DSN-MUI/X/2006*, 2006.

<sup>55</sup> Agus Wiastono and Eka Ferra Ramadhani, *Pengaruh Kualitas Layanan Atm Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kcp 'Bank Bri Malang*, *Journal Koperasi Dan Manajemen Journal* 2, no. 1 (2021): 38–48.

1. Penarikan tunai.
2. Transfer antar rekening dalam bank yang sama atau bank yang berbeda.
3. Pembayaran tagihan (rekening listrik, telepon, air, pembelian pulsa HP, dan pembayaran tagihan kartu kredit).
4. Berbagai jenis transaksi perbankan lainnya.

#### **2.6.1.2 Indikator Automatic Teller Machine (ATM)**

Indikator Automatic Teller Machine (ATM) Kepuasan nasabah dengan adanya Automatic Teller Machine (ATM) dapat diukur dalam beberapa hal. Ukuran tersebut mencerminkan besar kecilnya pengaruh ATM terhadap kepuasan nasabah. Adapun indikator penelitian pada ATM yaitu sebagai berikut:

1. Kepraktisan dan efisien dalam pelayanan, dengan fasilitas ATM ini dapat menghemat waktu dan nasabah tidak perlu mengisi slip pengambilan lain kemudian mengantri. Tetapi nasabah dapat langsung melakukan transaksi melalui ATM.
2. Nasabah dapat mengoperasikan mesin ATM yang relative mudah dan simpel dalam melakukan transaksi pada mesin ATM karena tidak ada bahasa yang mempersulit nasabah dalam bertransaksi langsung pada mesin ATM yang disediakan oleh pihak bank. Cukup dengan memasukkan kartu ATM maka nasabah akan menjawab semua yang ditanyakan pada mesin tersebut. Serta dengan mengetik nominal jumlah uang tunai yang diperlukan sesuai keinginan dan mengetik no rekening tujuan jika ingin mentransfer.
3. Mesin ATM terjamin keamanannya, di Lokasi mesin ATM terpantau dengan pengawasan CCTV, Pencegahan

termasuk penggunaan perangkat anti-skimming, serta rutin memeriksa mesin ATM untuk mendeteksi adanya perangkat yang mencurigakan. Mesin ATM sering dilengkapi dengan pelindung PIN atau papan penutup untuk mencegah orang melihat saat PIN dimasukkan. Pengguna disarankan untuk tidak membagikan PIN mereka dan menggantinya secara berkala.

4. Mesin ATM dapat melayani selama 24 jam termasuk hari libur sehingga lebih memuaskan dan memudahkan nasabah untuk tetap dapat bertransaksi kapan pun. Waktu pelayanan di bank setiap harinya mulai pukul 08:30 s/d 16:00 WIB Senin sampai Jumat dan pada hari Sabtu/Minggu maupun hari libur lainnya maka bank tidak melakukan rutinitas. Maka terlihat dari inilah bank menetapkan fasilitas ATM karena dalam keadaan hari libur atau lewat jam kerja kantor, nasabah masih dapat melakukan transaksi.<sup>56</sup>

## **2.6.2 Mobile Banking**

### **2.6.2.1 Pengertian Mobile Banking**

*Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone* GSM (*Global For Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler misal XL, Indosat, Telkomsel, dan operator untuk mendapatkan fasilitas ini, nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan mendaftarkan no. HP yang akan digunakan di samping *password* untuk keamanan bertransaksi.

---

<sup>56</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017).

Menurut Wardhana dalam Nurdin, dkk, *Mobile Banking* adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan untuk memperoleh informasi terkini dan transaksi financial secara real time. *Mobile Banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS.<sup>57</sup> Produk layanan *Mobile Banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel).

Menurut Hutabarat dalam Tirtana & Sari mendefinisikan *Mobile Banking* adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash.<sup>58</sup>

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang dapat digunakan langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan layanan data, sehingga membantu nasabah dengan mudah mengecek saldo tabungan, membayar tagihan atau mentransfer uang ke rekening lain.

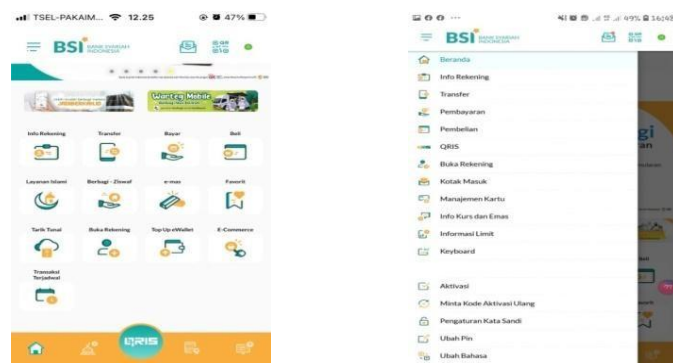
*Mobile Banking* bukan hanya untuk transaksi perbankan namun juga seperti dompet digital karena mampu melakukan banyak transaksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari ditinjau dari perspektif Islam *mobile banking* diatur dalam DSN-MUI No. 116/DSNMUI/IX/2017 mengenai uang elektronik syariah, menetapkan bahwa uang elektronik boleh dipergunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti

---

<sup>57</sup> Nurdin Nurdin et al., *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*, Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah 2, no. 1 (2020): 87–104, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>.

<sup>58</sup> Tirtana, Irawan, Shinta Permata Sari, *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Pengguna Mobile Banking*, (Syariah Paper, 2014), <http://hdl.handle.net/11617/4589>

ketentuan dalam fatwa ini. kemudahan yang dihadirkan *Mobile Banking* adalah kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari isi pulsa, transfer dana, hingga kemudahan pembayaran tagihan kartu kredit hanya dengan seperti mengirimkan SMS. Di sisi lain, karena kemudahan ini *Mobile Banking* juga memiliki beberapa kelemahan. Contohnya adalah adanya *hacker* yang merugikan pengguna perangkat elektronik.<sup>59</sup>



**Gambar 2.3**  
***Mobile Banking***

Bank Syariah Indonesia juga memiliki layanan *Mobile Banking* yang bernama BSI Mobile. BSI Mobile adalah fasilitas *Mobile Banking* yang disediakan Bank Syariah Indonesia bagi para nasabahnya untuk memiliki akses ke rekening tabungan dan melakukan transaksi online. *Mobile Banking* ini bisa diakses kapan saja dan dimana saja melalui perangkat smathphone, baik Android maupun iOS.<sup>60</sup>

Seperti *Mobile Banking* lainnya, *Mobile Banking* BSI juga menawarkan berbagai fitur yang memudahkan nasabah melakukan pengecekan info rekening, hingga melakukan pembayaran penting lainnya. Menurut suryani, siapa yang

12. <sup>59</sup> DSN MUI, *Uang Elektronik Syariah*, Fatwa Dewan Syariah Nasional, no. 19 (2017): 1–

<sup>60</sup> PT. Bank Syariah Indonesia, “*BSIMobile*”, *Mobile Banking BSI*, 2021.

lebih mampu memahami keinginan nasabahnya dan menerjemahkan keinginan tersebut dalam wujud produk atau jasa yang unggul, adalah yang akan memenangkan persaingan.<sup>61</sup> *Mobile Banking* merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya didukung dengan kenyamanan dan fitur yang menarik

Pesatnya perkembangan internet sebagai landasan bagi layanan keuangan menimbulkan berbagai resiko berbeda yang mungkin muncul di kemudian hari. Bank penyelenggara secara umum terdapat empat resiko terkait manajemen penggunaan *m-banking*, yaitu :

1. *Technology Risk*, yang berhubungan dengan kehandalan dan keamanan sitem dari berbagai bentuk manipulasi ataupun pembobolan.
2. *Reputation Risk*, yang berkaitan erat dengan *corporate image* dari bank itu sendiri apabila layanan *mobile banking*-nya tidak berjalan dengan baik.
3. *Outsourcing Risk*, dimana bank kerap menggunakan jasa pihak ketiga sebagai provider sehingga terdapat kemungkinan layanan pada suatu waktu dapat mengalami gangguan.
4. *Legal Risk*, dimana aspek hukum *Mobile Banking* saat ini masih belum diatur secara jelas dan lengkap.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global* (Prenada Media, 2017).

<sup>62</sup> Otoritas Jasa Keuangan, *Lampiran Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 21/SEOJK.03/2017 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum*, Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum, 2017, 1–192, [https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL\\_SEOJK\\_21\\_MRTI.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL_SEOJK_21_MRTI.pdf).

### **2.6.2.2 Indikator *Mobile Banking***

Indikator *Mobile Banking* dalam kepuasan nasabah dapat diukur dalam beberapa hal. Ukuran tersebut mencerminkan besar kecilnya pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah. Adapun indikator penelitian pada *Mobile Banking* yaitu sebagai berikut :

1. Dapat digunakan 24 jam, layanan ini menunjukkan bahwa harus tersedia kapan saja, tanpa batasan waktu, sehingga nasabah dapat mengakses layanan kapanpun mereka butuhkan. Ketersediaan layanan selama 24 jam sehari memberikan kenyamanan dan fleksibilitas yang sangat dihargai oleh nasabah.
2. Adanya konfirmasi transaksi, Konfirmasi transaksi adalah pemberitahuan yang diberikan kepada nasabah setelah mereka melakukan suatu transaksi, baik melalui notifikasi langsung, SMS, atau email. Indikator ini penting karena memastikan nasabah bahwa transaksi mereka telah berhasil dilakukan, sekaligus sebagai bukti dan referensi jika terjadi kesalahan atau masalah di kemudian hari.
3. Aman dan terjaga kerahasiaannya, Keamanan dan kerahasiaan dalam transaksi perbankan sangat krusial. Indikator ini mencakup perlindungan terhadap data pribadi nasabah, keamanan transaksi dari potensi penipuan, dan pencegahan akses yang tidak sah. Sistem yang aman meningkatkan kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut.
4. Kelengkapan fitur layanan, Indikator ini mengukur seberapa lengkap dan bervariasi fitur yang ditawarkan oleh layanan perbankan, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, dan

pembelian produk lainnya. Kelengkapan fitur memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai jenis transaksi tanpa harus berpindah platform.

5. Tampilan menarik, Tampilan antarmuka yang menarik dan user-friendly adalah faktor penting dalam pengalaman pengguna. Indikator ini menilai seberapa intuitif dan estetis desain dari layanan tersebut, yang mempengaruhi kenyamanan dan kemudahan penggunaan bagi nasabah.<sup>63</sup>

## 2.7 Penelitian terdahulu

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Oleh karena itu, terdapat persamaan maupun perbedaan terkait objek penelitian yang terkait yang dapat menjadi pembandingan antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lain, diantaranya sebagai berikut :

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

| N<br>o | Peneliti   | Judul  | Variabel  | Hasil<br>Penelitian  | Perbedaan<br>Penelitian   |
|--------|--|--|---|--|---|
| 1.     | Rahma<br>Novita<br>Zahrotul<br>Ula,<br>Maslichah,<br>Junaidi<br>(2022) <sup>64</sup> | Pengaruh<br>Digitalisasi<br>Perbankan<br>Melalui <i>Self-<br/>Service<br/>Technology</i><br>terhadap<br>Kepuasan | Y :<br>Kepuasan<br>Mahasiswa<br>Pengguna<br>Layanan<br>Digital<br>Bank<br>Syariah | Variabel<br>ATM,<br><i>Mobile<br/>Banking</i><br>serta<br><i>Internet<br/>Banking</i><br>Berpengaruh | Peneliti<br>terdahulu<br>menjadikan<br>kepuasan<br>mahasiswa<br>pengguna<br>layanan<br>digital bank |

<sup>63</sup> Harahap A, "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Perbankan Digital," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 1 (2020): 58–73.

<sup>64</sup> Ula, Maslichah, and Junaidi, "Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah."

|    |  |  |   |  |  |
|----|--|--|---|--|--|
|    |  | Mahasiswa Pengguna Digital Bank Syariah  | X <sub>1</sub> : <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM)<br>X <sub>2</sub> : Mobile Banking<br>X <sub>3</sub> : Internet Banking                  | h positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah                                       | syariah sebagai variabel dependen (Y)  |
| 2. | Rozaq M. Yasin, Nurzahroh Lailiyah & Mochamad Edris (2021) <sup>65</sup> | Analisis Pengaruh layanan digital perbankan syariah terhadap literasi keuangan syariah generasi milenial | Y : Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial<br>X1 : layanan digital Bank Syariah menggunakan M-Banking<br>X2 : Layanan Digital Bank Syariah | Variabel M-Banking dan I-banking berpengaruh dan signifikan dan positif terhadap literasi bank syariah generasi milenial di kudu | Peneliti terdahulu menjadikan literasi keuangan syariah dari generasi milenial di kudu sebagai variabel dependen |

<sup>65</sup> Nafisatun Hasanah, *Pengaruh Pengetahuan, Digital Banking, Kepercayaan Terhadap Preferensi Menabung Mahasantri Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasantri Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)* 2023, <http://repository.radenintan.ac.id/29332/>.

|    |                                 |   |   |   |   |
|----|---------------------------------|---|---|---|---|
|    |                                 |   | menggunakan i-Banking   |   |   |
| 3. | Jauhariyah (2020) <sup>66</sup> | Pengaruh <i>Self-Service Technology</i> terhadap kepuasan nasabah pada bank umum syariah di Indonesia | Y :<br>Kepuasan nasabah<br>X1 : ATM<br>X2 :<br>Internet banking<br>X3 :<br>Mobile Banking | Fasilitas ATM, <i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile Banking</i> Berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah | Peneliti terdahulu menjadikan kepuasan mahasiswa sebagai variabel dependen.                                 |
| 4. | Markonah (2019) <sup>67</sup>   | Analisis pengaruh <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri  | Y1 :<br>Kepuasan Nasabah<br>Y2 :<br>Loyalitas Nasabah<br>X : Mobile Banking               | Pelayanan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, dan                              | Peneliti terdahulu menjadikan kepuasan dan Loyalitas nasabah sebagai variabel independen, dan <i>Mobile</i> |

<sup>66</sup> Jauhariyah Ifitahul, *Pengaruh Self-Service Technology (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia*, 2020, <http://etheses.uin-malang.ac.id/22374/>.

<sup>67</sup> Markonah, "Analisis Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah," *Equilibrium Point Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2019, 25–34.

|    |   |   |   |  |   |
|----|---|---|---|--|---|
|    |   | Cabang<br>Jakarta   |   | kepuasan<br>nasabah<br>berpengaru<br>h positif<br>terhadap<br>loyalitas<br>nasabah<br>Bank<br>Mandiri  | <i>Banking</i><br>sebagai<br>variabel<br>dependen   |
| 5. | Nining<br>Wahyuningsih dan Nurul<br>Janah<br>(2018) <sup>68</sup> | Faktor-<br>faktor yang<br>mempengaru<br>hi kepuasan<br>nasabah<br>menggunaka<br>n <i>Internet<br/>Banking</i><br>pada Ban<br>Muamalat | Y :<br>Kepuasan<br>nasabah<br>X1 :<br>Efisiensi<br>X2 :<br>Kepercayaa<br>n<br>X3 :<br>Kemudahan | Faktor<br>Efisiensi dan<br>Kemudahan<br>berpengaru<br>h signifikan<br>terhadap<br>kepuasan<br>nasabah<br>Bank<br>Muamalat<br>sedangkan<br>faktor<br>kepercayaa<br>n tidak<br>berpengaru<br>h terhadap<br>kepuasan<br>nasabah | Penelitian<br>terdhaulu<br>menggunaka<br>n Efisiensi,<br>Kepercayaan<br>dan<br>kemudahan<br>sebagai<br>variabel<br>dependen |

---

<sup>68</sup> Nining Wahyuningsih and Nurul Janah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat," *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 2018, <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3596>.

|    |   |   |  |  |   |
|----|---|---|--|--|---|
|    |   |   |  | Bank Muamalat  |   |
| 6. | Astina Marlina, Widhi Ariyo Bimo (2018) <sup>69</sup> | Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank                          | Y : Digitalisasi X1 : Peningkatan pelayanan dan kepuasan nasabah | Digitalisasi terbukti dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabah yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan nasabah | Peneliti terdahulu menggunakan variabel independen Digitalisasi dan juga menggunakan variabel dependen peningkatan pelayanan dan kepuasan nasabah |
| 7. | Dedi Hartawan (2017) <sup>70</sup>                    | Pengaruh <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Rakyat Indonesia) | Y : Kepuasan Nasabah X : Internet banking                        | Variabel Independen ( <i>Internet banking</i> ) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen                          | Penelitian terdahulu hanya menggunakan <i>Internet Banking</i> sebagai variabel independennya   |

<sup>69</sup> Marlina and Bimo, *Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank*.

<sup>70</sup> Dedi Hartawan, "Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang)," *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 2 (2018): 149, <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v3i2.1457>.

|    |   |  |  |   |   |
|----|---|--|--|---|---|
|    |   | Syariah<br>Cabang<br>Palembang)  |  | (Kepuasan<br>Nasabah)   |   |
| 8. | Wahyu<br>Siregar,<br>Riyan<br>Pradesyah<br>(2023) <sup>71</sup> | Pengaruh<br>Digitalisasi<br>Perbankan<br>Melalui <i>Self-<br/>Service<br/>Technology</i><br>Terhadap<br>Kepuasan<br>Nasabah<br>Pengguna<br>layanan<br>Digital Bank<br>Syariah<br>Pada Bank<br>Syariah<br>Indonesia<br>KCP<br>Kabanjahe | Y :<br>Kepuasan<br>Nasabah<br>X1 :<br><i>Automatic<br/>Teller<br/>Machine</i><br>(ATM)<br>X2 :<br>Internet<br>Banking<br>X3 :<br>Mobile<br>Banking | <i>Automatic<br/>Teller,<br/>Internet<br/>Banking<br/>dan Mobile<br/>Banking</i><br>berpengaru<br>h signifikan<br>terhadap<br>kepuasan<br>nasabah<br>pada BSI<br>KCP<br>Kabanjahe | Penelitian<br>terdahulu<br>menggunaka<br>n lokasi di<br>kebunjahe                           |
| 9. | Felita<br>Restianti,<br>Mila<br>Fursiana,                       | Pengaruh<br>Digitalisasi<br>Perbankan<br>melalui <i>Self-<br/>Service<br/>Technology</i><br>(SST)  | Y :<br>Kepuasan<br>Nasabah<br>X1 :<br><i>Automatic<br/>Teller</i>  | Variabel<br>independen<br>(ATM, M-<br>Banking, I-<br>Banking)<br>berpengaru<br>h positif  | Penelitian<br>terdahulu<br>menggunaka<br>n populasi<br>dan sampel<br>nasabah<br>tabungan IB |

<sup>71</sup> Riyan Pradesyah Sahu Siregar, "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe*," Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam Vol. 4, No. 2 (2023) || ISSN 2723-5440 (Online) Pengaruh, 2023.

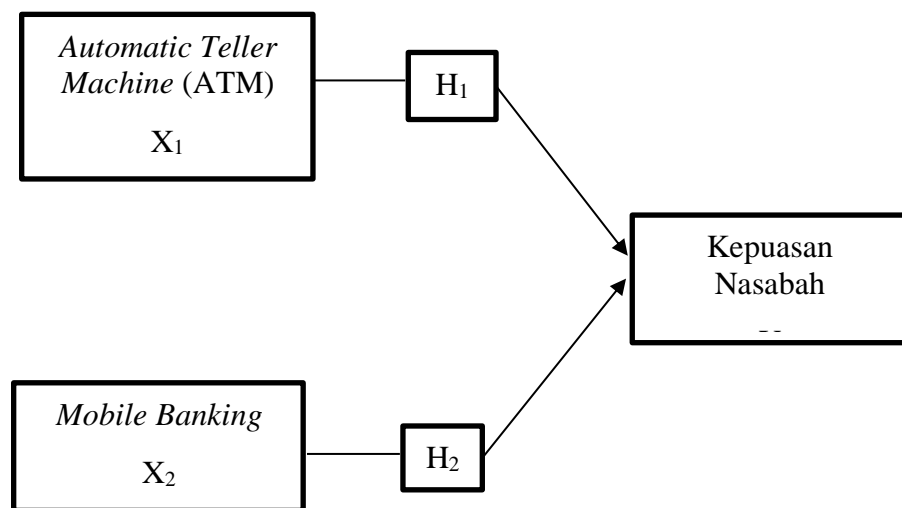
|    |  |  |   |   |  |
|----|--|--|---|---|--|
|    | dkk<br>(2023) <sup>72</sup>              | terhadap<br>Kepuasan<br>Nasabah<br>Tabungan iB<br>Hijrah   | <i>Machine</i><br>(ATM)<br>X2 :<br>Mobile<br>Banking<br>X3 :<br>Internet<br>Banking | signifikan<br>terhadap<br>kepuasan<br>nasabah<br>tabung iB<br>Hijrah Bank<br>Muamalat<br>KCP<br>Purbalingga<br>.  | Hijrah Bank<br>Muamalat<br>KCP<br>Purbalingga.   |
| 10 | Budi<br>Syamtoro<br>(2020) <sup>73</sup> | Pengaruh<br><i>Internet</i><br><i>Banking</i><br>Terhadap<br>Kepuasan<br>Nasabah<br>pada PT.<br>Bank BRI<br>Syariah<br>Kebayoran<br>Baru | Y :<br>Kepuasan<br>Nasabah<br>X : Internet<br>Banking                               | Variabel<br><i>Internet</i><br><i>Banking</i><br>berpengaru<br>h signifikan<br>terhadap<br>Kepuasan<br>Nasabah<br>PT. Bank<br>BRI<br>Syariah<br>Kebayoran<br>Baru | Penelitian<br>terdahulu<br>hanya<br>menggunaka<br>n <i>Internet</i><br><i>Banking</i><br>sebagai<br>variabel<br>dependenny<br>a. |

<sup>72</sup> Restianti et al., *Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan IB Hijrah.*

<sup>73</sup> Budi Syamtoro, *Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah Kebayoran Baru*, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan 6, no. 4 (2020): 1019, <https://doi.org/10.5281/zenodo.4395919>.

## 2.8 Kerangka Berfikir

Penggambaran hipotesis yang terkait dengan faktor-faktor yang sudah diakui sebagai permasalahan yang signifikan disebut sebagai kerangka berfikir. Kerangka berfikir dikatakan baik jika menjelaskan secara teoritis peraturan Antara variabel-variabel tidak terikatnya.<sup>74</sup> Dalam penelitian ini akan berusaha dijelaskan mengenai pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile Banking*, *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah.



**Gambar 2. 4**  
**Kerangka Berfikir**

## 2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan yang bersifat sementara yang masih memerlukan pembuktian. Karena ia merupakan deugaan, maka hipotesis harus dinyatakan dalam bentuk pernyataan dan sinkron dengan rumusan masalah. Pembuktian yang ingin dicapai oleh hipotesis adalah sebagai upaya untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Alfabeta, 2016), hal. 60

<sup>75</sup> Widodo, *METODOLOGI PENELITIAN* (Jakarta: Rajawali Pers, 2019).

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

$H_1$  : Ada pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

2.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

$H_1$  : Ada pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

3.  $H_0$  : Layanan ATM dan *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

$H_1$  : Layanan ATM dan *Mobile Banking* secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif diartikan sebagai suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>76</sup>

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui media perantara.<sup>77</sup> Data primer ini dapat berupa opini subjek (orang) secara individual maupun kelompok serta hasil observasi. Data primer ini diperoleh dari jawaban nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono sebagai responden atas pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner penelitian.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan di Kantor Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono yang berada di jalan Jl. MT Haryono No.657, Wonodri, Kec. Semarang Selatan, Kota Semarang. Populasi yang dipilih adalah nasabah pengguna layanan digitalisasi yang terdaftar di Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono. Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah

---

<sup>76</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019).

<sup>77</sup> Ibid

suatu cara untuk mengambil sampel yang representative dari populasi. *Probability sampling* adalah suatu pengambilan teknik sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam *Probability Sampling* adalah *Simple Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan yang dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan strata terdapat dalam populasi tersebut.

Untuk menentukan besar sampel peneliti menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Ket : n : Jumlah Sampel

N : Jumlah populasi

e : Presisi yang ditetapkan (10% atau 0,1) yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi (ditentukan 10%)

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 25.000 nasabah pengguna digitalisasi Bank Syariah Indonesia. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut

$$n = \frac{25.000}{1 + 25.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{25.000}{251}$$

$n = 99,60$  dibulatkan menjadi 100 responden

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengambilan data yang digunakan adalah berupa angket atau kuesioner. Teknik ini memberikan sebuah tanggung jawab kepada responden untuk membaca dan juga menjawab pertanyaan. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini adalah kuesioner secara personal atau kuesioner yang diberikan dan dikumpulkan langsung oleh peneliti.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

#### 3.5.1 Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel Independen adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X.<sup>78</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah :

X1: Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM)

X2: Layanan *Mobile Banking*

#### 3.5.2 Variabel terikat (*Dependent*)

Variabel Dependen adalah variabel yang secara struktur berfikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya<sup>79</sup> atau dengan kata lain variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian yang menjadi variabel terikat adalah : Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital banking Bank Syariah Indonesia (BSI) (Y).

**Tabel 3. 1**  
**Indikator Variabel**

| <b>Variabel Penelitian</b> | <b>Definisi Operasional</b>  | <b>Indikator</b>  | <b>Skala Pengukuran</b>           |
|----------------------------|--|---|-----------------------------------|
| Kepuasan Nasabah (Y)       | Penilaian dari nasabah atas perasaan senang atau kecewa dalam penggunaan | 1. Kesesuaian harapan<br>2. Minat untuk meningkatkan penggunaan layanan digital perbankan | Diukur melalui Skala Likert (1-5) |

---

<sup>78</sup> Hardani, et al, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group, 2020), hal. 305

<sup>79</sup> Ibid.

|   |  |   |                                   |
|---|--|---|-----------------------------------|
|   | barang atau jasa   | 3. Kesiediaan merekomendasikan  |                                   |
| <i>Automatic Teller Machine/</i><br>ATM<br>(X1) | ATM adalah sebuah fasilitas perbankan berbentuk perangkat elektronik yang berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam melakukan penarikan uang tunai dan mengakses berbagai informasi lainnya | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepraktisan dan efisien dalam pelayanan</li> <li>2. Pengoperasian mesin relative mudah</li> <li>3. Keamanan</li> <li>4. Pelayanan 24 jam termasuk hari libur</li> </ol> | Diukur melalui Skala Likert (1-5) |
| <i>Mobile Banking</i><br>(X2)                   | <i>Mobile Banking</i> adalah layanan perbankan yang dapat diakses  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat digunakan 24 jam</li> <li>2. Adanya konfirmasi transaksi</li> <li>3. Aman dan terjaga kerahasiaanya</li> </ol>  | Diukur melalui Skala Likert (1-5) |

|  |   |  |  |
|--|---|--|--|
|  | <p>langsung oleh nasabah melalui ponsel, menggunakan menu yang tersedia dalam layanan data atau SIM Toolkit. Layanan ini menawarkan fasilitas yang hampir sama dengan ATM</p> | <p>4. Kelengkapan fitur layanan &amp; Tampilan menarik</p> |  |
|--|---|--|--|

### 3.5.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menguji dua variabel, yaitu layanan *Automatic Teller Machine (ATM)* dan *Mobile Banking*. Variabel diukur dengan menggunakan skala likert, yang berisi lima tingkat preferensi jawaban yaitu:

Angka 1 = Sangat tidak setuju

Angka 2 = Tidak setuju

Angka 3 = Kurang setuju

Angka 4 = Setuju

Angka 5 = Sangat setuju

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah bagian yang amat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisis data tersebut dapat memberikan arti dan makna yang sangat berguna dalam memecahkan masalah penelitian.<sup>80</sup>

Analisis data merupakan proses mengurutkan dan mengorganisasikan data ke dalam pola, kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data.<sup>81</sup> Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang menganalisis data berupa angka-angka dan pengolahannya menggunakan SPSS.

Metode yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis linear sederhana dan uji hipotesis.

#### **3.6.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah didapatkan dan terkumpulkan sesuai apa adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>82</sup>

#### **3.6.2 Uji Instrumen**

Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reabilitas.

##### **3.6.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji yang memiliki fungsi untuk menganalisis alat ukur yang digunakan tersebut valid atau tidak valid dalam mendapatkan data yang digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Dengan kata lain uji validitas adalah langkah pengujian yang dilakukan

---

<sup>80</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017)

<sup>81</sup> Afifuddin dan Beni Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV.Pusaka Setia, 2009), 145.

<sup>82</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016)

terhadap isi (content) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian.<sup>83</sup> Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan suatu daftar pertanyaan/ Pernyataan dalam kuesioner untuk mendefinisikan suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan/ pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh keusioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel dengan ketentuan degree of freedom ( $df$ ) =  $n-k$  dengan sig. 5% dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen. Pengambilan keputusan dalam uji validitas yaitu dengan menggunakan indikatornya sebagai berikut:

- a) Apabila  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka variabel tersebut dinyatakan signifikan atau valid.
- b) Apabila  $r_{hitung}$  tidak positif serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut dinyatakan tidak signifikan atau tidak valid.<sup>84</sup>

### 3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Reabilitas berasal dari kata reliability yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.<sup>85</sup> Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab suatu pertanyaan yang disusun dalam kuesioner. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan Alpha Cronbach untuk

---

<sup>83</sup> Andi Arsi, *Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss* (OSF Preprints, 2021).

<sup>84</sup> Surajiyo dkk, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020). 75

<sup>85</sup> Matondang Zulkifli, "Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian," *Applied Mechanics and Materials* 1, no. 496–500 (2014), 93.

menganalisis reliable atau konsisten suatu variabel. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan terhadap uji reliabilitas adalah:

- a) Apabila suatu variabel menunjukkan Alpha Cronbach  $> 0,60$  maka variabel yang digunakan menunjukkan reliable atau konsisten.
- b) Apabila suatu variabel menunjukkan Alpha Cronbach  $< 0,60$  maka variabel tidak dikatakan reliable atau konsisten.<sup>86</sup>

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah proses pengujian variabel penelitian menggunakan model regresi untuk mengidentifikasi adanya masalah atau kesalahan dalam variabel dan model regresi. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa data sampel yang dianalisis benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan.

#### 3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur model regresi variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau tidak. Melalui uji normalitas dapat diketahui bahwa sampel yang didapatkan benar-benar mewakili populasi sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui data yang dihasilkan sebuah penelitian berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik.<sup>87</sup> Apabila menggunakan grafik dalam menganalisis uji normalitas maka dapat dilihat pada grafik *P-P Plot of regression standardized residual*.

---

<sup>86</sup> Hidayat, Wiwin Yuliani Rosita, Esi. Wahyu, *Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial, FOKUS* 4, no. 4 (2021), 279–84, <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>.

<sup>87</sup> Nisrina Haniah, *Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors, Statistika Pendidikan*, 2013, 1–17.

Jika dalam grafik tersebut diketahui titik-titik pada grafik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut adalah normal. Apabila dalam menganalisis menggunakan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* maka untuk mengetahui residual terdistribusi normal adalah jika nilai signifikansi  $> 0,05$ .

### 3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya interkorelasi (hubungan korelasi yang kuat) antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik ditandai dengan tidak ditemukannya korelasi yang kuat (interkolerasi) antara variabel bebas (*independen*). Untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen maka dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai tolerance mengukur variabilitas dari variabel independen terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ). Kreteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah:

- a) Apabila nilai  $VIF < 10$  atau nilai tolerance  $> 0,10$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- b) Apabila nilai  $VIF > 10$  atau nilai tolerance  $< 0,10$  maka dinyatakan terjadi multikolienaritas.

### 3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut

heteroskedastisitas.<sup>88</sup> Kriteria terjadinya masalah heteroskedastisitas dalam model regresi adalah apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  dan apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak masalah terjadi heteroskedastisitas yang berarti dapat dilanjutkannya penelitian.

#### 3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis linear menggunakan *software* SPSS. Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Dalam penelitian ini regresi linear berganda menganalisis pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan. Untuk mencari regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut<sup>89</sup> :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan nasabah pegguan layanan digital perbankan

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$  : Koefisien regresi variabel *Automatic Teller Machine* (ATM)

$\beta_2$  : Koefisien regresi variabel *Mobile Banking*

$X_1$  : *Automatic Teller Machine* (ATM)

$X_2$  : *Mobile Banking*

e : Error

#### 3.6.5 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. dikatakan sementara, karena

---

<sup>88</sup> Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018, 6-17

<sup>89</sup> Surajiyo dkk, 76.

jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum dari fakta-fakta empiris yang didapat dari pengumpulan data. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara sebagai berikut:

#### **3.6.5.1 Uji t (Uji Parsial)**

Uji parsial (T) digunakan untuk mengetahui kebenaran dari pernyataan atau dugaan yang dihipotesiskan. Uji t pada tingkat kepercayaan dengan signifikan ( $\alpha$ ) 0,05. Besarnya nilai dikatakan signifikan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  diterima, atau  $sign < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Adapun sebaliknya apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sign > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

#### **3.6.5.2 Uji F (Uji Simultan)**

Uji f digunakan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk mengetahui besarnya nilai yang diperoleh maka, dengan ketentuan pengujian sebagai berikut:

- a)  $H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,5$
- b)  $H_0$  ditolak, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$

Maka dapat disimpulkan apabila  $f_{hitung}$  lebih kecil dari  $f_{tabel}$  maka  $H_0$  dinyatakan diterima, artinya semua variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Begitupun sebaliknya apabila  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.6.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah angka yang digunakan untuk mengetahui kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terkait. Apabila didapatkan besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) mendekati angka satu maka menyatakan bahwa semakin kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terkait. Nilai  $R^2$  berkisar nol sampai satu, apabila  $R^2 = 1$  menunjukkan bahwa 100% total variabel diterangkan oleh persamaan regresi. Untuk mencari koefisien determinasi dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut<sup>90</sup> :

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana :

$R^2$  = Koefisien determinasi

$r$  = Koefisien Korelasi

---

<sup>90</sup> Surajiyo dkk, 77-78

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah BSI KCP MT Haryono Semarang**

BSI KCP MT Haryono Semarang sebelumnya merupakan bank BRI Syariah. Bermula dari PT BRI (Persero) Tbk yang mengakuisisi Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007. Setelah mendapat izin usaha dari Bank Indonesia melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008, kemudian BRI Syariah resmi beroperasi pada 17 November 2008 dengan nama PT Bank Syariah. Unit Usaha Syariah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah, dan mulai berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009 dengan dilakukannya penandatanganan oleh Sofyan Basir (Direktur Utama PT BRI (Persero) Tbk) dan Ventje Rahardjo (Direktur Utama PT Bank BRI Syariah).

Pada 11 Desember 2020, Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) secara resmi mengumumkan dimulainya proses merger tiga bank syariah yang merupakan anak perusahaan bank BUMN, dengan target penyelesaian pada Februari 2021.

Pemerintah melihat merger ini sebagai peluang untuk menjadikan Indonesia, yang mayoritas penduduknya beragama Islam, memiliki bank syariah yang kuat secara fundamental. Presiden Joko Widodo juga menekankan bahwa pembentukan bank syariah ini merupakan bagian dari upaya pemerintah untuk memperkuat sektor keuangan syariah di Indonesia.<sup>91</sup>

Kemudian pada tanggal 1 Februari tahun 2021 Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah resmi bergabung menjadi satu entitas yaitu BSI (Bank Syariah Indonesia). BSI mendapatkan izin OJK dengan Nomor : SR3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal

---

<sup>91</sup> Cnbc Indonesia, n.d., <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201211125346-17-208410/jadi-yang-terbesar-di-ri-perkenalkan-bank-syariah-indonesia>.

Pemberian Izin Penggabungan PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah ke dalam PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Tbk, serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Kantor pusat BSI terletak di The Tower, Jl. Gatot Subroto No.27 Kelurahan Karet Semanggi, Setiabudi, Jakarta Selatan.

Komposisi pemegang saham Bank Syariah Indonesia (BSI) terdiri dari PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,25%, dan pemegang saham lainnya, termasuk publik, yang memiliki saham di bawah 5%, yakni 7,08%. Tujuan dari merger tiga bank syariah ini adalah untuk menciptakan bank syariah yang lebih besar, dengan harapan dapat menembus pasar global dan mendukung pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, merger ini diharapkan akan meningkatkan efisiensi dalam penggalangan dana, operasional, dan pengelolaan anggaran. Proses penggabungan ini bertujuan agar perbankan syariah dapat terus tumbuh dan berkembang. Dengan bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah, diharapkan dapat menggabungkan keunggulan masing-masing bank sehingga mampu memberikan pelayanan yang lebih baik, lebih lengkap, dengan jangkauan yang lebih luas di seluruh Indonesia, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih solid.<sup>92</sup>

#### **4.1.2 Lokasi BSI KCP MT Haryono Semarang**

BSI Kantor Cabang Semarang berlokasi di Jalan MT.Haryono No.655 A Rt.01 Rw.12, Wonodri, Semarang, Jawa Tengah. Lokasi tersebut dinilai dapat memberikan keuntungan bagi BSI karena lokasi yang strategis berada ditengah kota dan dekat dengan tempat yang digunakan sebagai pusat kegiatan masyarakat seperti pasar, sekolah, mall, restaurant, masjid,

---

<sup>92</sup> BSI, "Informasi Perusahaan," n.d., <https://www.bankbsi.co.id/company-information>.

dll sehingga mudah dikenal oleh masyarakat luas dan mudah dijangkau oleh nasabah

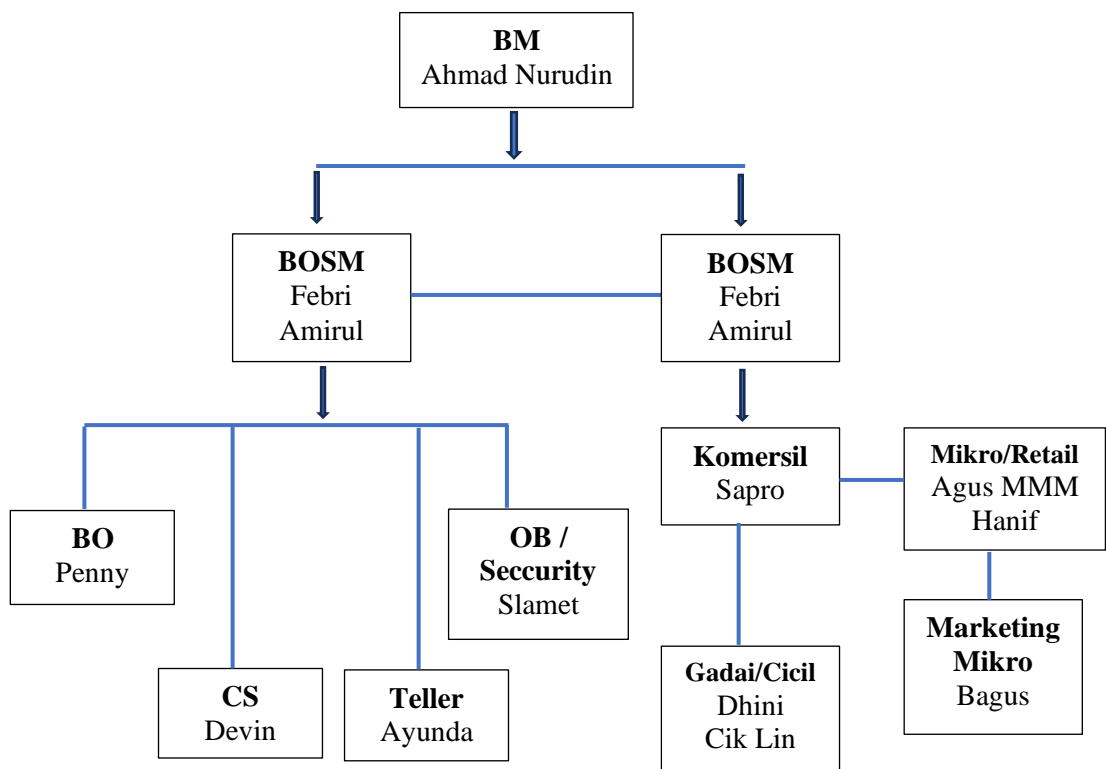
#### 4.1.3 Logo BSI KCP MT Haryono Semarang



#### 4.1.4 Visi dan Misi KCP MT Haryono Semarang

1. Visi : Menciptakan bank syariah yang dapat menjadi salah satu dari 10 bank islam terbaik secara global.
2. Misi
  - a. Menjadi salah satu bank besar yang mampu memberikan value terbaik bagi para pemegang saham.
  - b. Menjadi top 5 bank yang paling menguntungkan di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

#### 4.1.5 Struktur Organisasi BSI KCP MT Haryono



#### 4.1.6 Gambaran Umum Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan ATM dan *M-Banking* yang terdaftar di Kantor BSI KCP Semarang MT Haryono.

**Tabel 4. 1**

##### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase</b> |
|----------------------|---------------|-------------------|
| Laki-Laki            | 54            | 54%               |
| Perempuan            | 46            | 46%               |
| Total                | 100           | 100%              |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa klasifikasi responden yang menjadi subjek penelitian yaitu responden yang berjenis kelamin laki laki sebanyak 54 responden. Sementara 46 responden penelitian ini berjenis kelamin perempuan. Sehingga dapat dilihat bahwa responden laki-laki lebih banyak dari perempuan.

**Tabel 4. 2**

##### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur**

| <b>Umur</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase</b> |
|-------------|---------------|-------------------|
| <30 Tahun   | 25            | 25%               |
| 30-40 Tahun | 31            | 31%               |
| >40 Tahun   | 44            | 44%               |
| Total       | 100           | 100%              |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa klasifikasi umur responden yang menjadi subjek penelitian yaitu, umur <30 tahun terdapat 25 responden, 30-40 sebanyak 31 responden dan sisanya umur >40 tahun terdapat 44 responden.

**Tabel 4. 3**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan**

| <b>Pekerjaan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase</b> |
|------------------|---------------|-------------------|
| SLTA             | 26            | 26%               |
| D3               | 6             | 6%                |
| S1               | 57            | 57%               |
| S2               | 11            | 11%               |
| Total            | 100           | 100%              |

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 26 responden yang berpendidikan formal terakhir SLTA, pendidikan D3 sejumlah 6 responden, pendidikan S1 sejumlah 57 responden, pendidikan S2 sebanyak 11 responden, Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden adalah S1.

**Tabel 4. 4**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>Pekerjaan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase</b> |
|------------------|---------------|-------------------|
| Pegawai swasta   | 47            | 47%               |
| PNS              | 13            | 13%               |
| TNI/POLRI        | 0             | 0                 |
| Wiraswasta       | 40            | 40%               |
| Total            | 100           | 100%              |

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 47 responden bekerja sebagai Pegawai swasta, 13 sebagai PNS, 0 responden sebagai TNI/POLRI, dan 40 responden pekerjaan Wiraswasta.

**Tabel 4. 5**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan**

| <b>Pekerjaan</b>                 | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase</b> |
|----------------------------------|---------------|-------------------|
| <Rp. 3.000.000                   | 19            | 19%               |
| Rp. 3.000.000 – Rp.<br>5.000.000 | 49            | 49%               |
| >Rp. 5.000.000                   | 32            | 32%               |
| Total                            | 100           | 100%              |

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa sebanyak 19 responden berpenghasilan bersih/bulan sebesar <Rp. 3.000.000, 49 Responden berpenghasilan Rp. 3.000.000 – Rp.5.000.000, dan 32 responden berpenghasilan bersih >Rp. 5.000.000 perbulan.

**4.2 Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan sebagai mendeskripsikan data penelitian agar memperjelas keadaan data yang bersangkutan. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi.

**Tabel 4. 6**

**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

| <b>Descriptive Statistics</b> |          |                |                |             |                       |
|-------------------------------|----------|----------------|----------------|-------------|-----------------------|
|                               | <b>N</b> | <b>Minimum</b> | <b>Maximum</b> | <b>Mean</b> | <b>Std. Deviation</b> |
| Layanan ATM                   | 100      | 24             | 40             | 34.35       | 4.179                 |
| Layanan M-Banking             | 100      | 22             | 40             | 32.81       | 5.025                 |
| Kepuasan Nasabah              | 100      | 17             | 30             | 25.31       | 3.413                 |
| Valid N (listwise)            | 100      |                |                |             |                       |

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Berdasarkan Tabel 4.6 diatas diketahui bahwa hasil uji deskriptif dapat kita gambarkan data yang didapat oleh peneliti dengan jumlah data dalam penelitian (N) adalah sebesar 100:

- a) Variabel Layanan ATM mempunyai nilai minimum 24 dan nilai maksimum 40. Nilai rata rata layanan ATM sebesar 34,35 dengan nilai standar deviasi sebesar 4.179.
- b) Nilai variabel layanan *M-Banking* memiliki nilai minimum 22 dan nilai maksimum 40. Sedangkan nilai rata-rata 32,81 dengan nilai standar deviasi sebesar 5,025.
- c) Pada variabel kepuasan nasabah memiliki nilai minimum 17 dan nilai maksimum 30. Sedangkan nilai rata-rata 25,31 dengan nilai standar deviasi sebesar 3,413.

### 4.3 Uji Instrumen

#### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah sebuah kuesioner dapat dianggap sah atau valid. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya dapat mencerminkan apa yang ingin diukur. Validitas diukur dengan membandingkan nilai *correlated item-total correlation* ( $r_{hitung}$ ) dengan nilai tabel ( $r_{tabel}$ ). Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka indikator tersebut valid.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan pada tiga variabel: Kepuasan Nasabah, *Automatic Teller Machine* (ATM), *M-Banking*. Derajat kebebasan (*Degree of Freedom*) dalam penelitian ini adalah  $df = n-2$ , dengan  $n$  (jumlah responden) sebesar 100, sehingga  $df = 100-2 = 98$ . Dengan alpha 0,05 (5%) dan uji dua sisi, didapatkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,1966. Uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Validitas**

| Variabel  | Pernyataan  | <i>Pearson<br/>Correlation<br/>(rhitung)</i> | Rtabel | Keterangan |
|---|-------------|--|--------|------------|
| Layanan<br>Automatic<br>Teller<br>Machine<br>(X1) | ATM_1       | 0,712  | 0,1966 | Valid      |
|   | ATM_2       | 0,810  | 0,1966 | Valid      |
|   | ATM_3       | 0,710  | 0,1966 | Valid      |
|   | ATM_4       | 0,749  | 0,1966 | Valid      |
|   | ATM_5       | 0,730  | 0,1966 | Valid      |
|   | ATM_6       | 0,812  | 0,1966 | Valid      |
|   | ATM_7       | 0,727  | 0,1966 | Valid      |
|   | ATM_8       | 0,736  | 0,1966 | Valid      |
| Layanan<br>M-Banking<br>(X2)                      | M-Banking_1 | 0,714  | 0,1966 | Valid      |
|   | M-Banking_2 | 0,803  | 0,1966 | Valid      |
|   | M-Banking_3 | 0,821  | 0,1966 | Valid      |
|   | M-Banking_4 | 0,879  | 0,1966 | Valid      |
|   | M-Banking_5 | 0,736  | 0,1966 | Valid      |
|   | M-Banking_6 | 0,812  | 0,1966 | Valid      |
|   | M-Banking_7 | 0,816  | 0,1966 | Valid      |
|   | M-Banking_8 | 0,880  | 0,1966 | Valid      |
| Kepuasan<br>Nasabah<br>(Y)                        | Kepuasan_1  | 0,755  | 0,1966 | Valid      |
|   | Kepuasan_2  | 0,778  | 0,1966 | Valid      |
|   | Kepuasan_3  | 0,738  | 0,1966 | Valid      |
|   | Kepuasan_4  | 0,693  | 0,1966 | Valid      |
|   | Kepuasan_5  | 0,756  | 0,1966 | Valid      |
|   | Kepuasan_6  | 0,789  | 0,1966 | Valid      |

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas, perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa syarat minimum yang harus dipenuhi supaya kuesioner dikatakan valid yaitu  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,1966$  dapat terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner dikatakan valid.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban seorang responden dalam menjawab pernyataan pernyataan dalam setiap variabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan uji *statistik Cronbach Alpha Coefficient* ( $\alpha$ ). Hasil perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | <i>Cronbach Alpha Coefficient</i> ( $\alpha$ ) | Keterangan |
|----------|--|------------|
| X1       | 0,884  | Reliabel   |
| X2       | 0,925  | Reliabel   |
| Y        | 0,844  | Reliabel   |

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Dari tabel diatas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha Coefficient* ( $\alpha$ )  $>0,60$  sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa instrument tersebut reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulann data.

#### 4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dilakukan guna melihat kondisi data untuk menentukan model analisis yang tepat sehingga dapat normalitas digunakan. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, uji multikolinearitas dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF) dan uji heteroskedastisitas

dengan menggunakan uji *Glejser*. Adapun uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

#### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan bertujuan untuk menganalisis suatu data penelitian apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan data dinyatakan normal apabila nilai sig.residual > 0,05 akan tetapi jika nilai sig. residual < 0,05 maka tidak terdistribusi normal. setelah dilakukan pengujian normalitas data, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|  |                         | Unstandardize<br>d Residual |      |
|--|-------------------------|-----------------------------|------|
| N  |                         | 24                          |      |
| Normal Parameters <sup>a, b</sup>        | Mean                    | .0000000                    |      |
|  | Std. Deviation          | 3.55810837                  |      |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                | .121                        |      |
|  | Positive                | .121                        |      |
|  | Negative                | -.109                       |      |
| Test Statistic                           |                         | .121                        |      |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                         | .200 <sup>d</sup>           |      |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> | Sig.                    | .469                        |      |
|  | 99% Confidence Interval | Lower Bound                 | .456 |
|  |                         | Upper Bound                 | .482 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Pada tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan (Asymp.Sig (2 tailed)) sebesar 0,200 yang berarti bahwa angka signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal.

#### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah ditemukannya korelasi antara variabel independen dalam suatu model regresi penelitian. Dalam regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas ini dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas adalah apabila nilai *tolerance* > 0,10 atau VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas. Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan SPSS 29 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                          |                             |            |                           |       |       |                         |       |
|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| Model                     |                          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|                           |                          | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)               | 8.319                       | 2.256      |                           | 3.688 | <,001 |                         |       |
|                           | Total_ Layanan ATM       | .180                        | .080       | .221                      | 2.251 | .027  | .629                    | 1.589 |
|                           | Total_ Layanan M-Banking | .329                        | .067       | .485                      | 4.945 | <,001 | .629                    | 1.589 |

a. Dependent Variable: Total\_Y

Sumber : Data Primer diolah Spss Versi 29

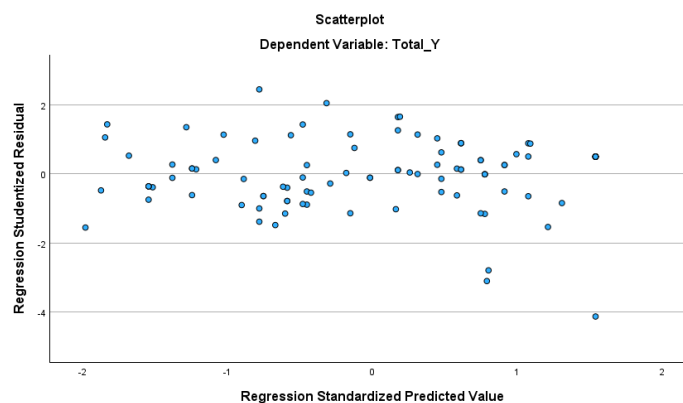
Berdasarkan tabel diatas didapatkan bahwa nilai *tolerance* dan nilai VIF pada variabel layanan ATM menunjukkan angka  $0,629 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,589 < 10$  maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Pada variabel layanan M-Banking menunjukkan nilai *tolerance* sebesar  $0,629 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,589 < 10$  maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4.4.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan *Scatterplot* atau grafik sebar dan diperjelas dengan menggunakan uji *glejser*. Kreteria terjadinya heteroskedastisitas adalah apabila signifikansi  $<0,05$  sedangkan apabila signifikansi  $>0,05$  maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan penelitian dapat dilanjutkan. Setelah dilakukan pengujian berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas:

**Gambar 4. 1**

**Grafik Hasil Uji heteroskedastisitas *Scatterplot***



Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang terdapat dalam grafik menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka nol dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Untuk itu dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas. Selain menggunakan uji *scatterplot* pada uji heteroskedastisitas juga dapat menggunakan uji *glejser* untuk memperjelas hasil dari uji heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser*:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas glejser**

| Coefficients <sup>a</sup> |                         |                             |            |                           |      |      |
|---------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|------|
| Model                     |                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T    | Sig. |
|                           |                         | B                           | Std. Error | Beta                      |      |      |
| 1                         | (Constant)              | 1.333                       | 1.509      |                           | .883 | .379 |
|                           | Total_Layanan ATM       | .015                        | .054       | .036                      | .278 | .781 |
|                           | Total_Layanan M-Banking | .003                        | .045       | .007                      | .059 | .953 |

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) variabel layanan ATM adalah 0,781 dan variabel layanan M-Banking adalah 0,953. Dari hasil signifikansi dari masing-masing variabel independen tersebut dapat diketahui bahwa tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas karena memiliki nilai Sig > 0,05.

#### 4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui kekuatan dan arah pengaruh secara parsial atau bersama-sama dari setiap variabel independen terhadap variable dependen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan alat bantuan SPSS 29 dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                   |                             |            |                           |       |       |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model                     |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|                           |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1                         | (Constant)        | 8.319                       | 2.256      |                           | 3.688 | <,001 |
|                           | Layanan ATM       | .180                        | .080       | .221                      | 2.251 | .027  |
|                           | Layanan M-Banking | .329                        | .067       | .485                      | 4.945 | <,001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y &= \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \\ &= 8,319 + 0,180 X_1 - 0,329 X_2 + e \end{aligned}$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat dijelaskan bahwa:

a) Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta pada regresi ini memiliki nilai sebesar 8,319 bernilai positif, yang berarti bahwa apabila variabel layanan ATM dan M-Banking konstant maka nilai kepuasan nasabah senilai 8,319.

b) Koefisien Regresi X1 (Layanan ATM)

Nilai koefisien regresi pada variabel layanan ATM sebesar 0,180 bernilai positif yang berarti bahwa setiap kenaikan satu layanan ATM maka akan menaikkan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,420 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya tetap.

c) Koefisien Regresi X2 (Layanan M-Banking)

Nilai koefisien regresi pada variabel layanan M-banking sebesar 0,329 bernilai positif yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel layanan M-Banking maka akan menaikkan variabel kepuasan nasabah sebesar 0,329 dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap.

## 4.6 Uji Hipotesis

### 4.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t (uji parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dengan melakukan uji t maka dapat diketahui diterima atau tidaknya hipotesis pada suatu penelitian. Karakteristik untuk mengetahui pengaruh variabel dependen dan independen adalah jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka dapat dinyatakan terdapat pengaruh signifikan antara variabel dependen dan independen. Namun apabila nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel dependen dan independen.

Diketahui  $t_{tabel}$  untuk  $df = n-k-1$ , dimana  $n$  adalah jumlah data yaitu berjumlah 100 dan  $k$  adalah jumlah variabel bebas yaitu berjumlah 2 variabel. Jadi  $df = 100 - 2 - 1 = 97$  dan tingkat signifikan adalah 0,05 maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,6607. Adapun hasil uji t menggunakan SPSS 29 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji t (Uji Parsial)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                   |                             |            |                           |       |       |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model                     |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.  |
|                           |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1                         | (Constant)        | 8.319                       | 2.256      |                           | 3.688 | <,001 |
|                           | Layanan ATM       | .180                        | .080       | .221                      | 2.251 | .027  |
|                           | Layanan M-Banking | .329                        | .067       | .485                      | 4.945 | <,001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data Primer di olah SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat diketahui thitung pada setiap variabel bebas, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a) Pengaruh layanan ATM terhadap kepuasan nasabah

Variabel layanan ATM (X1) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (2,251) > nilai  $t_{tabel}$  (1,6607) dengan tingkat signifikan  $0,027 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti variabel layanan ATM (X1) secara parsial dinyatakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- b) Pengaruh layanan M-Banking terhadap kepuasan nasabah

Variabel layanan M-Banking (X2) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (4,945) > nilai  $t_{tabel}$  (1,6607) dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti variabel layanan M-Banking (X2) secara parsial dinyatakan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### 4.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F (uji simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (layanan ATM dan M-Banking) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Tingkat signifikansi menggunakan ( $\alpha$ ) 0,05 atau 5%, apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka dapat diartikan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Diketahui *degree of freedom* (df) *regression* sebesar 3 dan df residual adalah  $n-k$  yaitu  $100 - 3 - 1 = 96$  maka didapatkan  $f_{tabel}$  adalah 2,70 pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Hasil uji regresi menggunakan SPSS 29 dapat dilihat bahwa hasil uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji F**

| ANOVA <sup>a</sup>  |            |                |    |             |        |                    |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| Model   |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.               |
| 1   | Regression | 477.168        | 2  | 238.584     | 34.223 | <,001 <sup>b</sup> |
|   | Residual   | 676.222        | 97 | 6.971       |        |                    |
|   | Total      | 1153.390       | 99 |             |        |                    |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah                   |            |                |    |             |        |                    |
| b. Predictors: (Constant), Layanan M-Banking, Layanan ATM |            |                |    |             |        |                    |

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa nilai  $f_{hitung}$  (34,223)  $> f_{tabel}$  (2,70) dengan nilai signifikansi 0,001  $<$  0,05 maka dapat diartikan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima atau variabel layanan ATM dan M-Banking secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

#### 4.6.3 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji koefisien determinan digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinan yaitu diantara 0 dan 1, semakin mendekatinya nilai  $R^2$  dengan 1 maka semakin kuat kemampuan variabel dependen dalam menjelaskan variabel dependen. Namun sebaliknya jika  $R^2$  semakin

mendekati 0 maka kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen kurang informasi. Adapun hasil uji koefisien determinan ( $R^2$ ) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| Model Summary   |                   |          |                   |                            |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1   | .643 <sup>a</sup> | .414     | .402              | 2.640                      |
| a. Predictors: (Constant), Layanan M-Banking, Layanan ATM |                   |          |                   |                            |

Sumber : Data Primer diolah SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,402. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya presentasi variabel ATM dan M-Banking dalam menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah mempunyai kontribusi sebesar 40,2%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### **4.7 Pembahasan Hasil Penelitian**

Pembahasan mengenai pengaruh layanan ATM (X1), dan layanan M-Banking (X2) terhadap kepuasan nasabah. Maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **4.7.1 Pengaruh Layanan ATM Melalui *Self-Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Perbankan Bank BSI KCP Semarang MT Haryono**

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya  $t_{hitung}$  sebesar 2,251 dengan  $t_{tabel}$  1,6607, berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikansi sebesar  $0,027 < (0,05)$ , sehingga  $H_0$  ditolak berarti variabel layanan ATM (X1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa layanan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan. Kemudian dapat dijabarkan bahwa nasabah merasa puas dengan adanya fasilitas ATM yang bisa dioperasikan secara mandiri tanpa harus mengantri ke kantor. Dengan letaknya yang strategis, kemudahan pengoprasian, keamanan dan kecepatan akses maka mahasiswa merasa bahwa layanan ATM telah memberi kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Rambat (2013) bahwa ATM merupakan salah satu bentuk layanan Self Service Teknologi yang diberikan kepada nasabah untuk melayani diri sendiri guna bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan teori (Tjiptono, 2015), bahwa kepuasan nasabah memiliki 3 kriteria yaitu kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali dan kesediaan merekomendasikan. Berdasarkan 3 kriteria tersebut layanan ATM telah memenuhi kriteria dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diana Grance dan Novande (2017), dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut menyatakan bahwa variabel ATM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **4.7.2 Pengaruh Layanan M-Banking Melalui *Self-Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Perbankan Bank BSI KCP Semarang MT Haryono**

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya  $t_{hitung}$  sebesar 4,945 dengan  $t_{tabel}$  1,6607, berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikansi sebesar  $0,001 < (0,05)$ , sehingga  $H_0$  ditolak berarti variabel layanan Mobile Banking ( $X_2$ ) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ )

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa layanan Mobile Banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan. Kemudian dapat dijabarkan bahwa kepuasan yang dirasakan nasabah terjadi akibat adanya rasa puas yang dirasakan nasabah setelah mengoperasikan layanan mobile banking dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi yang dapat dilakukan secara cepat, efektif dan efisien. karena layanan ini dapat diakses sewaktu-waktu dan berbagai transaksi dapat dilakukan hanya dengan menggunakan mobile banking ini. Hal tersebut sesuai dengan Nur astuti (2011) dan Mallat (2004) yang menyatakan bahwa layanan m-banking ditunjukan untuk memberikan kemudahan, keamanan, keakurasian, dan kepercayaan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dan merupakan bentuk layanan yang bertujuan meningkatkan kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan oleh pihak bank. Selain itu penelitian ini sejalan dengan teori (Tjiptono, 2015), bahwa kepuasan nasabah memiliki 3 kriteria yaitu kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali dan kesediaan merekomendasikan. Berdasarkan 3 kriteria tersebut layanan Mobile Banking telah memenuhi kriteria dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Annisa Fitria dan Aang Munawar (2021), dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut menyatakan bahwa variabel Mobile Banking berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Layanan ATM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T yang menunjukkan besarnya  $t_{hitung}$  sebesar 2,251 dengan  $t_{tabel}$  1,6607, berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikansi sebesar  $0,027 < (0,05)$ . Sehingga hipotesis yang menyatakan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono diterima.
2. Layanan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan besarnya  $t_{hitung}$  sebesar 4,945 dengan  $t_{tabel}$  1,6607, berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Nilai signifikansi sebesar  $0,001 < (0,05)$ . Sehingga hipotesis yang menyatakan Mobile Banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono diterima.

#### **5.2 Saran**

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan teori yang lebih luas dan penelitian dapat dilakukan dengan jangkauan yang lebih luas karena penelitian ini hanya dilakukan pada Bank BSI Indonesia KCP Semarang MT Haryono.
2. Pihak Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat memberikan edukasi yang lebih baik dan layanan yang lebih lengkap kepada nasabah mengenai penggunaan layanan ATM dan mobile banking, sehingga dapat

meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Selain itu, penting untuk terus berinovasi dalam layanan digital dan memperbanyak mesin ATM guna mempermudah akses bagi nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Harahap. "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Perbankan Digital." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 1 (2020): 58–73.
- Adhiputra, Made Wahyu. "Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking" 2, no. 1 (2015): 52–63.
- Aisyah Ria, Tuti Meylani. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Di Restoran Joe's Grill Swiss Bell-Hotel Mangga Besar" 25 (2022).
- Alfi Dinilhaq. "Maruf Amin Pede Indonesia Jadi Pusat Ekonomi Syariah Global." *wartaekonomi.co.id*, 2023. <https://wartaekonomi.co.id/read329477/BSI>.
- Arsi, Andi. "Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan Spss". OSF Preprints, 2021.
- Bank Syariah Indonesia. "Sejarah Perseroan." Bank Syariah Indonesia. Accessed April 2, 2023. [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html).
- BSI. "Informasi Perusahaan," n.d. <https://www.bankbsi.co.id/company-information>.
- Departemen Agama Republik Indonesia. "Al-Qur'an Dan Terjemahan, Q.S Al-Baqarah : 275," n.d. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=275&to=275>.
- Dewan Syariah Nasional MUI. "FATWA DEWAN SYARIAH NASIONAL NO: 54/DSN-MUI/X/2006," 2006.
- DSN MUI. "Uang Elektronik Syariah." *Fatwa Dewan Syariah Nasional*, no. 19 (2017): 1–12.
- Fatmawati, Endang. "Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan." *Jurnal Iqra'* 09, no. 01 (2015): 6.
- Firdaus, Zuraida Yuniar, Dwi Krisbiantoro, and Fiby Nur Afiana. "Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Menggunakan Technology Acceptance Model ( TAM )." *Journal of Information System Management (JOISM)* 3, no. 2 (2021): 56–62.
- Freddy, Rangkuti. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Haniah, Nisrina. "Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors," 2013, 1–17.
- Hartawan, Dedi. "Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang)." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3, no. 2 (2018):

149. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v3i2.1457>.

Hartono, Arif, Novia Permatasari, Ika Farida Ulfah, and La Ode Sugianto. "Integration of Information System Success Models to Explain End User Satisfaction of Debtor Information Systems" 2, no. 1 (2019): 32–41.

Hasanah, Nafisatun. "Pengaruh Pengetahuan, Digital Banking, Kepercayaan Terhadap Preferensi Menabung Mahasantri Pada Perbankan Syariah (Studi Pada Mahasantri Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)," 2023.

Iftitahul, Jauhariyah. "Pengaruh Self-Service Technology (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia," 2020.

Indonesia, Cnbc. "No Title," n.d. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20201211125346-17-208410/jadi-yang-terbesar-di-ri-perkenalkan-bank-syariah-indonesia>.

Ira Puspitadewi. "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai." Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia 5, no. 2 (2019): 247–58.

Iskandar, Alam Ali. "The Third International Confrence on Law, Business and Governance." Universitas Bandar Lampung (UBL) 2339–1650 (2016): 22.

Jogiyanto, Hartono. *Metodelogi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.

Kartika Sari Girsang, Runita, Sumiati Sumiati, and Achmad Helmy Djawahir. "The Influence of Self-Service Technology and Customer Relationship Marketing on Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction." Jurnal Aplikasi Manajemen 19, no. 1 (2021): 217–28. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.20>.

Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.

Kementrian Komunikasi dan Informasi. "Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia: Strategi Dan Sektor Potensial," 2019, 1–68.

Kotler, p., Keller, K.L. *Marketing Management*. pearson, 2016.

Kotler, Philip. *Marketing Manajemen*. Jakarta: Indeks, 2009.

Kurniawan, David, Prof Hatane Semuel S E, Edwin Japarianto, Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, and Jl Siwalankerto. "Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Reasoned Action." Jurnal Strategi Pemasaran 1, no. 1 (2013): 1–13.

Laily Bunga Rahayu, Ely, and Nur Syam. "Digitalisasi Aktivitas Jual Beli Di Masyarakat: Perspektif Teori Perubahan Sosial." Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora 4, no. 2 (2021): 672–85.

<https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1303>.

- Markonah. “Analisis Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah.” *Equilibrium Point Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2019, 25–34.
- Marlina, Asti, and Widhi Ariyo Bimo. “Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank.” *Inovator* 7, no. 1 (2018): 14. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>.
- Mutia, Annissa. “Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet Atau Mobile-Banking.” *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2022, 1–1. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/06/survei-mayoritas-publik-indonesia-belum-pernah-akses-internet-atau-mobile-banking>.
- Nasution, Anriza Witi, and Anriza Witi Nasution. “Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah.” *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 1 (2019): 40. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>.
- Nuralam, Inggang. *Manajemen Hubungan Pelanggan Perbankan Syariah Indoensia*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Nurdin, Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, and Abdul Jalil. “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu).” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>.
- ojk.go.id. “UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2008 TENTANG PERBANKAN SYARIAH.” ojk.go.id. Accessed April 6, 2023. [https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU\\_No\\_21\\_Tahun\\_2008\\_Perbankan\\_Syariah.pdf](https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Documents/UU_No_21_Tahun_2008_Perbankan_Syariah.pdf).
- OJK.go.id. “Bank Umum.” OJK.go.id, 2017. <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/pages/Bank-Umum.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan. “Lampiran Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 21/SEOJK.03/2017 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum.” *Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum*, 2017, 1–192. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL SEOJK 21 - MRTI.pdf>.
- OJK. *Mengenal Otoritas Jasa Keuangan & Industri Jasa Keuangan*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan, 2020. [https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/512\\_Reduced Small Size\\_Buku SMA OJK\\_Ver8\\_2020 11 04-min.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/512_Reduced Small Size_Buku SMA OJK_Ver8_2020 11 04-min.pdf).
- OJK. “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang

- Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.*” Ojk RI, no. I (2018): 1–55.
- OJK, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2023 Tentang Layanan Digital Oleh Bank Umum,” 2023.
- “Pojk 13-2018.Pdf,” n.d.
- PT. Bank Syariah Indonesia. “*BSIMobile.*” Mobile Banking BSI, 2021.
- Pustaka Al-Hidayah. “*Kitab Bulughul Maram,*” 2008.
- Restianti, Felita, Mila Fursiana Salma Musfiroh, Titik Hinawati, and Ainun Khabib. “*Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan IB Hijrah.*” *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 3, no. 4 (2023): 54.
- Ridhwan Mustajab. “*Nilai Transaksi Uang Elektronik Naik 7,98% Pada Desember 2022.*” *Data Indonesia*, 2023. <https://dataindonesia.id/keuangan/detail/nilai-transaksi-uang-elektronik-naik-798-pada-desember-2022>.
- Rosita, Esi. Wahyu, Hidayat. Wiwin Yuliani. “*Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial.*” *FOKUS* 4, no. 4 (2021): 279–84. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>.
- Rukajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif.* Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Sahyu Siregar, Riyan Pradesyah. “*Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kabanjahe.*” *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam Vol. 4, No. 2 (2023) || ISSN 2723-5440 (Online) Pengaruh*, 2023.
- Surajiyo. *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori Dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows).* Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Syamtoro, Budi. “*Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah Kebayoran Baru.*” *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 6, no. 4 (2020): 1019. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4395919>.
- Tatik Suryani. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global.* Prenada Media, 2017.
- Tjiptono, Fandy, Anastasia Diana. *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan.* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022.
- Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa : Prinsip Dan Startegi.* Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Ula, Rahma NOvita Zahrotul, Maslichah, and Junaidi. “*Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah.*” *El-Aswaq:*

- Islamic Economic and Finance Journal 3, no. 2 (2022): 178–91.
- Undang-Undang Republik Indonesia. “*Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan,*” 1998.
- Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner and Dwayne D. Services Marketing: *Integrating Customer Focus Across the Firm (8th Ed.)*, 2020. McGraw-Hill Education.
- Vyctoria. *Bongkar Rahasia E-Banking Security Dengan Teknik Hacking Dan Carding*, 2013.
- Wahyuningsih, Nining, and Nurul Janah. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat.*” *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari’ah*, 2018. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3596>.
- Wiastono, Agus, and Eka Ferra Ramadhani. “*Pengaruh Kualitas Layanan Atm Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kcp ‘Bank Bri Malang.’*” *Journal Koperasi Dan Manajemen Journal* 2, no. 1 (2021): 38–48.
- Wicaksono, Banar Suryo. “*Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Dan Loyalitas Nasabah ( Survei Pada Nasabah Pt . Bank Rakyat Indonesia ( Persero ) Tbk . Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang ).*” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 25, no. 2 (2015): 1–10.
- Widodo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2019.
- Wijayanti, Riska, and Septiana Na’afi. “*Impact and Effort of Legal Protection for Stakeholders Due to Merger Activities Islamic Banks in Indonesia.*” *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies* 6, no. 2 (2022): 121. <https://doi.org/10.30983/es.v6i2.5809>.
- Zulkifli, Matondang. “*Validitas Dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian.*” *Applied Mechanics and Materials* 1, no. 496–500 (2014): 93.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner

#### PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

*Assalamu'alaikum*

Responden Yth,

Saya Viki Safirotu Nadan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang sedang mengadakan penelitian dalam rangka menyusun skripsi. Oleh sebab itu saya memohon bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono untuk mengisi beberapa pernyataan dalam kuesioner ini untuk melengkapi pengumpulan data tugas akhir skripsi saya.

Saya mengharapkan kerja sama Bapak/Ibu untuk memberikan jawaban pada kuesionerini secara jujur dan apa adanya karena identitas dan informasi dari responden akan di rahasiakan oleh peneliti dan tidak akan mempengaruhi posisi ataupun jabatan Bapak/Ibu saat ini.

Selain untuk kepentingan akademis, hasil penelitian ini akan diajukan kembali kepada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Semarang MT Haryono agar dapat digunakan sebagai masukan dan saran perbaikan.

Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum, Wr.Wb*

Semarang, 09 September 2024

Hormat Saya,

VIKI SAFIROTU NADAN  
1805036071

## KUESIONER

### A. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk pengisian : Beri tanda silang pada huruf alternative jawaban yang teredai, yang sesuai dengan kondisi rill anda.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia :
  - a. < 30 Tahun
  - b. 30-40 Tahun
  - c. > 40 Tahun
4. Pekerjaan :
  - a. Pegawai Swasta
  - b. PNS
  - c. TNI/POLRI
  - d. Wiraswasta
5. Pendidikan :
  - a. SLTA
  - b. D3
  - c. S1
  - d. S2
6. Penghasilan Bersih/Bulan :
  - a. <Rp 3 Juta
  - b. Rp 3 Juta – Rp 5 Juta
  - c. >Rp 5 Juta

## B. VARIABEL PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Bacalah pernyataan terlebih dahulu dengan cermat
2. Berikan tanda centang untuk mengetahui seberapa jauh mengenai pernyataan ini. Masing-masing pertanyaan memiliki nilai yang terdapat pada kolom yang terkait.

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

KS = Kurang Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

## C. PERNYATAAN PADA KUESIONER

### 1. X1 Layanan Automatic Teller Machine (ATM)

| No | Indikator/ Pernyataan  | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--|-----|----|----|---|----|
| 1  | Layanan ATM BSI menyelesaikan transaksi dengan cepat dan mudah   |     |    |    |   |    |
| 2  | Layanan ATM BSI menghemat waktu saat bertransaksi  |     |    |    |   |    |
| 3  | Menu pada mesin ATM BSI mudah dipahami dan dinavigasi.   |     |    |    |   |    |
| 4  | Saya merasa nyaman menggunakan layanan ATM BSI tanpa perlu bantuan tambahan.   |     |    |    |   |    |
| 5  | Layanan ATM BSI melindungi informasi pribadi dan data saya dengan baik.  |     |    |    |   |    |
| 6  | Transaksi menggunakan layanan ATM BSI aman dan terjaga kerahasiaannya  |     |    |    |   |    |
| 7  | Saya dapat melakukan transaksi di ATM ini kapan saja saya membutuhkannya, tanpa terpengaruh oleh jam operasional bank. |     |    |    |   |    |

|   |   |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 8 | Ketersediaan mesin ATM ini pada hari libur meningkatkan kepuasan saya dengan layanan perbankan. |  |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|--|

## 2. X2 Mobile Banking

| No | Indikator/ Pernyataan  | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--|-----|----|----|---|----|
| 1  | Layanan M-Banking BSI dapat diakses kapan saja   |     |    |    |   |    |
| 2  | Ketersediaan layanan M-Banking BSI 24 jam sehari memudahkan saya dalam mengelola keuangan                    |     |    |    |   |    |
| 3  | Layanan M-banking BSI memberikan konfirmasi yang jelas setelah setiap saya transaksi                         |     |    |    |   |    |
| 4  | Adanya konfirmasi transaksi saya merasa nyaman bertransaksi menggunakan layanan M-Banking BSI                |     |    |    |   |    |
| 5  | Layanan M-Banking BSI memiliki standar keamanan yang baik  |     |    |    |   |    |
| 6  | Fitur keamanan M-Bankingn BSI memberikan rasa aman saat melakukan transaksi                                  |     |    |    |   |    |
| 7  | Fitur dalam M-Banking BSI cukup lengkap dan memenuhi kebutuhan perbankan saya sehari-hari                    |     |    |    |   |    |
| 8  | Tampilan M-Banking BSI yang menarik memberikan pengalaman pengguna yang menyenangkan dan tidak Membingungkan |     |    |    |   |    |

### 3. Y (Kepuasan)

| No | Indikator/ Pernyataan  | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--|-----|----|----|---|----|
| 1  | Produk Layanan ATM dan M-Banking BSI memiliki kualitas yang sesuai   |     |    |    |   |    |
| 2  | Fasilitas yang didapat dari layanan ATM dan M-Banking BSI sesuai yang diharapkan   |     |    |    |   |    |
| 3  | Berminat menggunakan kembali layanan ATM dan M-Banking BSI karena kualitas layanan yang baik   |     |    |    |   |    |
| 4  | Dengan kemudahan bertransaksi menggunakan layanan ATM dan <i>M-Banking</i> BSI membuat saya berminat menggunakan kembali layanan ini |     |    |    |   |    |
| 5  | Merekomendasikan teman atau kerabat menggunakan layanan ATM dan M-Banking BSI karena mudah untuk bertransaksi                        |     |    |    |   |    |
| 6  | Merekomendasikan teman atau kerabat menggunakan layanan ATM dan M-Banking BSI karena layanan yang diberikan memuaskan                |     |    |    |   |    |

## Lampiran 2 : Jawaban Responden

### a. Variabel ATM (X1)

| NO | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | TOTAL |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1  | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 30    |
| 2  | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 34    |
| 3  | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 30    |
| 4  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 34    |
| 5  | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 39    |
| 6  | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 31    |
| 7  | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 30    |
| 8  | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 39    |
| 9  | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 29    |
| 10 | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 30    |
| 11 | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 28    |
| 12 | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 36    |
| 13 | 5    | 4    | 3    | 4    | 5    | 4    | 3    | 4    | 32    |
| 14 | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 38    |
| 15 | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 38    |
| 16 | 5    | 5    | 3    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 36    |
| 17 | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 18 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 19 | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 34    |
| 20 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 21 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 22 | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 38    |
| 23 | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 36    |
| 24 | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 38    |
| 25 | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 30    |
| 26 | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 38    |
| 27 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 28 | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 38    |
| 29 | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 34    |
| 30 | 4    | 4    | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 36    |
| 31 | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 38    |
| 32 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 33 | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 3    | 28    |
| 34 | 5    | 4    | 3    | 5    | 5    | 4    | 3    | 5    | 34    |
| 35 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 36 | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 37 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 38 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 34 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 41 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 30 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 44 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 45 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 46 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 47 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 48 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 49 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 50 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 52 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 53 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 34 |
| 54 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 55 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 56 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 32 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 58 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 32 |
| 59 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 34 |
| 60 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 61 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 62 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 64 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 34 |
| 65 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 66 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 68 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 69 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 72 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 73 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 28 |
| 74 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 75 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 76 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 78  | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 79  | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 80  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 81  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 82  | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 83  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 84  | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 36 |
| 85  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 86  | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 27 |
| 87  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 88  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 89  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 90  | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 91  | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| 92  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 93  | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 36 |
| 94  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 95  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 96  | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 34 |
| 97  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 98  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 99  | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 100 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 34 |

**b. Variabel Mobile Banking (X2)**

| NO | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | TOTAL |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 1  | 5    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 2  | 4    | 3    | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 29    |
| 3  | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 30    |
| 4  | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 3    | 30    |
| 5  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 6  | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 40    |
| 7  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 8  | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 39    |
| 9  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |
| 10 | 3    | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 30    |
| 11 | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 28    |
| 12 | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 38    |
| 13 | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 24    |
| 14 | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 32    |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 19 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 30 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 25 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 26 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 28 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 29 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 36 |
| 30 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 31 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 34 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 33 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 34 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 37 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 38 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 38 |
| 40 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 41 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 42 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 44 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 45 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 46 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 48 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 50 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 52 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 53 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 30 |
| 54 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 32 |
| 55 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 56 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 58 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |
| 59 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 32 |
| 60 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 61 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 62 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 34 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 64 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 65 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 66 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 68 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| 69 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 70 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 72 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 73 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 74 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 23 |
| 76 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 27 |
| 77 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 78 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 80 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 81 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 33 |
| 83 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 84 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 85 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 86 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 87 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 32 |
| 88 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 89 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 90 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 28 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 92 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 93 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 28 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 96 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 38 |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 97  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 98  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 37 |
| 99  | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| 100 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |

**c. Kepuasan Nasabah (Y)**

| NO | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | TOTAL |
|----|----|----|----|----|----|----|-------|
| 1  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 24    |
| 2  | 4  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 21    |
| 3  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 20    |
| 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 25    |
| 5  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 26    |
| 6  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 20    |
| 7  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 28    |
| 8  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 26    |
| 9  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4  | 27    |
| 10 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30    |
| 11 | 5  | 3  | 4  | 3  | 5  | 3  | 23    |
| 12 | 5  | 4  | 5  | 3  | 5  | 4  | 26    |
| 13 | 3  | 4  | 4  | 3  | 3  | 4  | 21    |
| 14 | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 26    |
| 15 | 3  | 5  | 4  | 4  | 3  | 5  | 24    |
| 16 | 3  | 4  | 3  | 5  | 3  | 4  | 22    |
| 17 | 4  | 5  | 4  | 3  | 4  | 5  | 25    |
| 18 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30    |
| 19 | 4  | 3  | 5  | 4  | 4  | 3  | 23    |
| 20 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30    |
| 21 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30    |
| 22 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30    |
| 23 | 4  | 4  | 5  | 3  | 4  | 4  | 24    |
| 24 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 29    |
| 25 | 4  | 3  | 5  | 3  | 4  | 3  | 22    |
| 26 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 29    |
| 27 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30    |
| 28 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30    |
| 29 | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 29    |
| 30 | 5  | 4  | 5  | 5  | 5  | 4  | 28    |
| 31 | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 5  | 28    |
| 32 | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 30    |

|    |   |   |   |   |   |   |    |
|----|---|---|---|---|---|---|----|
| 33 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 34 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 37 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 38 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 22 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 26 |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 41 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 25 |
| 42 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 44 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 45 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 25 |
| 46 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 48 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 49 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 24 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 52 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 53 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 22 |
| 54 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 26 |
| 55 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 56 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 58 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 25 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 60 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 61 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 26 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 64 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 65 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 66 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 68 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 69 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 70 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 73 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |

|     |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|
| 74  | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 21 |
| 75  | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 76  | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 21 |
| 77  | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 78  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 79  | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 80  | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 81  | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 82  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 83  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 84  | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 85  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 86  | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 87  | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 88  | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 89  | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 90  | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 23 |
| 91  | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 92  | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 24 |
| 93  | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 22 |
| 94  | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 25 |
| 95  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 19 |
| 96  | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 97  | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 98  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 99  | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 21 |
| 100 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 22 |

## Lampiran 3 : Hasil Output SPSS

### 1. Uji Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

|                    | N   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|-------|----------------|
| Layanan ATM        | 100 | 24      | 40      | 34.35 | 4.179          |
| Layanan M-Banking  | 100 | 22      | 40      | 32.81 | 5.025          |
| Kepuasan Nasabah   | 100 | 17      | 30      | 25.31 | 3.413          |
| Valid N (listwise) | 100 |         |         |       |                |

### 2. Uji Validitas

#### a. Variabel ATM (X1)

#### Correlations

|             |                     | X1.1   | X1.2   | X1.3   | X1.4   | X1.5   | X1.6   | X1.7   | X1.8   | Layanan ATM |
|-------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| X1.1        | Pearson Correlation | 1      | .476** | .317** | .493** | .937** | .426** | .295** | .458** | .712**      |
|             | Sig. (2-tailed)     |        | <.001  | .001   | <.001  | <.001  | <.001  | .003   | <.001  | <.001       |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X1.2        | Pearson Correlation | .476** | 1      | .523** | .490** | .443** | .953** | .517** | .487** | .810**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001       |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X1.3        | Pearson Correlation | .317** | .523** | 1      | .311** | .278** | .475** | .911** | .238*  | .710**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | .001   | <.001  |        | .002   | .005   | <.001  | <.001  | .017   | <.001       |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X1.4        | Pearson Correlation | .493** | .490** | .311** | 1      | .529** | .509** | .282** | .921** | .749**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | .002   |        | <.001  | <.001  | .004   | <.001  | <.001       |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X1.5        | Pearson Correlation | .937** | .443** | .278** | .529** | 1      | .491** | .317** | .520** | .730**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | .005   | <.001  |        | <.001  | .001   | <.001  | <.001       |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X1.6        | Pearson Correlation | .426** | .953** | .475** | .509** | .491** | 1      | .527** | .529** | .812**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001       |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X1.7        | Pearson Correlation | .295** | .517** | .911** | .282** | .317** | .527** | 1      | .311** | .727**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | .003   | <.001  | <.001  | .004   | .001   | <.001  |        | .002   | <.001       |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X1.8        | Pearson Correlation | .458** | .487** | .238*  | .921** | .520** | .529** | .311** | 1      | .736**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | .017   | <.001  | <.001  | <.001  | .002   |        | <.001       |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |
| Layanan ATM | Pearson Correlation | .712** | .810** | .710** | .749** | .730** | .812** | .727** | .736** | 1           |
|             | Sig. (2-tailed)     | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |             |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |

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

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

## b. Variabel Mobile Banking (X2)

|                   |                     | Correlations |        |        |        |        |        |        |        | Layanan M-Banking |
|-------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------|
|                   |                     | X2.1         | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2.5   | X2.6   | X2.7   | X2.8   |                   |
| X2.1              | Pearson Correlation | 1            | .387** | .539** | .500** | .926** | .358** | .528** | .508** | .714**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     |              | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001             |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| X2.2              | Pearson Correlation | .387**       | 1      | .524** | .705** | .371** | .938** | .497** | .704** | .803**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     | <.001        |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001             |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| X2.3              | Pearson Correlation | .539**       | .524** | 1      | .612** | .549** | .515** | .960** | .599** | .821**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001             |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| X2.4              | Pearson Correlation | .500**       | .705** | .612** | 1      | .527** | .722** | .586** | .978** | .879**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001             |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| X2.5              | Pearson Correlation | .926**       | .371** | .549** | .527** | 1      | .398** | .575** | .536** | .736**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001             |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| X2.6              | Pearson Correlation | .358**       | .938** | .515** | .722** | .398** | 1      | .537** | .722** | .812**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001             |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| X2.7              | Pearson Correlation | .528**       | .497** | .960** | .586** | .575** | .537** | 1      | .589** | .816**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001  | <.001             |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| X2.8              | Pearson Correlation | .508**       | .704** | .599** | .978** | .536** | .722** | .589** | 1      | .880**            |
|                   | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |        | <.001             |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |
| Layanan M-Banking | Pearson Correlation | .714**       | .803** | .821** | .879** | .736** | .812** | .816** | .880** | 1                 |
|                   | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |                   |
|                   | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100               |

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

## c. Variabel Kepuasan Nasabah

|                  |                     | Correlations |        |        |        |        |        | Kepuasan Nasabah |
|------------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------|
|                  |                     | Y.1          | Y.2    | Y.3    | Y.4    | Y.5    | Y.6    |                  |
| Y.1              | Pearson Correlation | 1            | .275** | .556** | .306** | .933** | .313** | .755**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     |              | .006   | <.001  | .002   | <.001  | .002   | <.001            |
|                  | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| Y.2              | Pearson Correlation | .275**       | 1      | .430** | .571** | .320** | .962** | .778**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .006         |        | <.001  | <.001  | .001   | <.001  | <.001            |
|                  | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| Y.3              | Pearson Correlation | .556**       | .430** | 1      | .330** | .539** | .440** | .738**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  |        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001            |
|                  | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| Y.4              | Pearson Correlation | .306**       | .571** | .330** | 1      | .306** | .601** | .693**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .002         | <.001  | <.001  |        | .002   | <.001  | <.001            |
|                  | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| Y.5              | Pearson Correlation | .933**       | .320** | .539** | .306** | 1      | .287** | .756**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | <.001        | .001   | <.001  | .002   |        | .004   | <.001            |
|                  | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| Y.6              | Pearson Correlation | .313**       | .962** | .440** | .601** | .287** | 1      | .789**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .002         | <.001  | <.001  | <.001  | .004   |        | <.001            |
|                  | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| Kepuasan Nasabah | Pearson Correlation | .755**       | .778** | .738** | .693** | .756** | .789** | 1                |
|                  | Sig. (2-tailed)     | <.001        | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  | <.001  |                  |
|                  | N                   | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |

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

### 3. Uji Reliabilitas

#### a. ATM (X1)

##### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .884             | 8          |

#### b. Mobile Banking (X2)

##### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .925             | 8          |

#### c. Kepuasan Nasabah (Y)

##### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .844             | 6          |

### 4. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|  |                         | Unstandardized Residual |      |
|--|-------------------------|-------------------------|------|
| N  |                         | 24                      |      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>         | Mean                    | .0000000                |      |
|  | Std. Deviation          | 3.55810837              |      |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                | .121                    |      |
|  | Positive                | .121                    |      |
|  | Negative                | -.109                   |      |
| Test Statistic                           |                         | .121                    |      |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                         | .200 <sup>d</sup>       |      |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> | Sig.                    | .469                    |      |
|  | 99% Confidence Interval | Lower Bound             | .456 |
|  |                         | Upper Bound             | .482 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

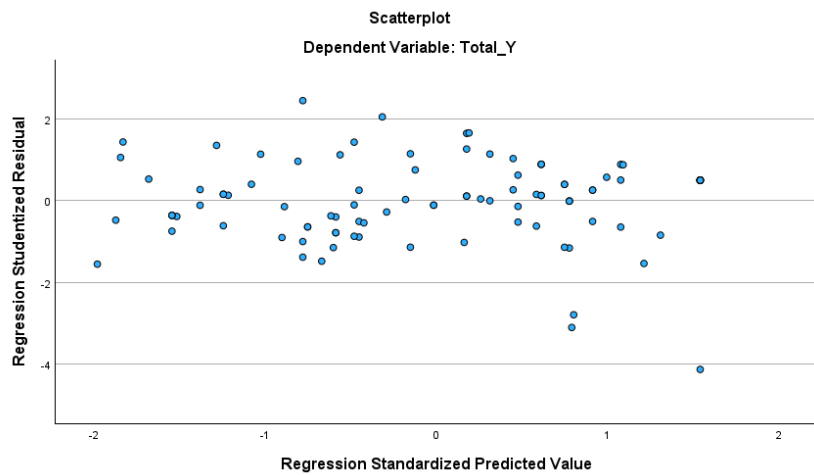
**b. Uji Multikolinearitas**

| Model |                         | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |       |                         |       |
|-------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
|       |                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|       |                         | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)              | 8.319                       | 2.256      |                           | 3.688 | <,001 |                         |       |
|       | Total_Layanan ATM       | .180                        | .080       | .221                      | 2.251 | .027  | .629                    | 1.589 |
|       | Total_Layanan M-Banking | .329                        | .067       | .485                      | 4.945 | <,001 | .629                    | 1.589 |

a. Dependent Variable: Total\_Y

**c. Uji heteroskedastisitas**

**Grafik Hasil Uji heteroskedastisitas *Scatterplot***



**Grafik Hasil Uji heteroskedastisitas *glejser***

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |                          |                             |            |                           |      |      |
|---------------------------------|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|------|
| Model                           |                          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t    | Sig. |
|                                 |                          | B                           | Std. Error | Beta                      |      |      |
| 1                               | (Constant)               | 1.333                       | 1.509      |                           | .883 | .379 |
|                                 | Total_ Layanan ATM       | .015                        | .054       | .036                      | .278 | .781 |
|                                 | Total_ Layanan M-Banking | .003                        | .045       | .007                      | .059 | .953 |

a. Dependent Variable: Abs\_Res

**5. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

| <b>Model Summary</b> |                   |          |                   |                            |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                    | .643 <sup>a</sup> | .414     | .402              | 2.640                      |

a. Predictors: (Constant), Layanan M-Banking, Layanan ATM

**6. Uji T**

| <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |                   |                             |            |                           |       |       |
|---------------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model                           |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig.  |
|                                 |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |       |
| 1                               | (Constant)        | 8.319                       | 2.256      |                           | 3.688 | <.001 |
|                                 | Layanan ATM       | .180                        | .080       | .221                      | 2.251 | .027  |
|                                 | Layanan M-Banking | .329                        | .067       | .485                      | 4.945 | <.001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Lampiran 4 : Dokumentasi





## Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185  
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

Nomor : 82/Un.10.5/D1/TA.00.01/01/2023  
Hal : Izin Riset / Penelitian  
Lamp. : -

05 Januari 2024

Yth.  
Pimpinan BSI KC Semarang MT Haryono  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Tugas Akhir / Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin riset / penelitian kepada :

Nama : VIKI SAFIROTU NADAN  
NIM : 1805036071  
Semester : XII (2023/2024)  
Prodi : S.1 Perbankan Syariah  
Alamat Peneliti : Kos Pak Najamudin, Tanjung sari barat III, Ngaliyan, Tambak aji, Semarang  
Tujuan Penelitian : Mencari Data dan Informasi Guna Menyelesaikan Tugas Akhir / Skripsi  
Judul Skripsi : PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECHNOLOGY* (SST) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA LAYANAN DIGITAL PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
Tanggal Pelaksanaan : 5 - 31 Januari 2024  
Lokasi Penelitian : BSI KC SEMARANG MT Haryono  
Jl. MT. Haryono No.657, Wonodri, Kec. Semarang Sel., Kota Semarang

Demikian surat permohonan ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dekan,  
Wakil Dekan I Bidang Akademik  
Dan Kelembagaan  
  
**NUR FATONI**

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

25 Januari 2024  
No. 04/115-3/8007A

Kepada :  
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan  
Semarang

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk  
Kantor Area Semarang Kota  
Jl. MT Haryono No. 655A Lt.2  
Kota Semarang 50249  
T : 024-831-8364  
F : 024-844-0214  
www.bankbsi.co.id

Perihal : **INFORMASI PERSETUJUAN IJIN PENELITIAN DI BSI AREA SEMARANG KOTA**

Reff : Surat UIN Walisongo Semarang No.4526/Un.10.5/D1/PG.00.00/12/2023 Permohonan Ijin Penelitian  
Surat UIN Walisongo Semarang No.82/Un.10.5/D1/TA.00.01/01/2023 Izin Riset /Penelitian

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Merujuk perihal dan referensi di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa pelaksanaan penelitian dapat disetujui dengan keterangan sebagai berikut:

| No | Nama/NIM                          | Unit Kerja                  |
|----|-----------------------------------|-----------------------------|
| 1  | Ana Laily Nafisah / 2005036023    | BSI KCP Semarang MT Haryono |
| 2  | Viki Safitrotu Nadan / 1805036071 | BSI KCP Semarang MT Haryono |

1. Peserta harus mematuhi UU Perbankan No tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Indonesia yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan Bank.
2. Peserta hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarluaskan ke pihak lain.
3. Peserta tidak diperkenankan menyalin (*fotocopy*) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
4. Peserta melaksanakan magang selama maksimal jangka waktu 3 (tiga) bulan.
5. Peserta magang dibawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat Bank.
6. Peserta magang menyerahkan 1 (satu) buah *copy* hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh Pembimbing dan Pejabat Bank Syariah Indonesia.
7. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai (terlampir).

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian Saudara, kami mengucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk  
AREA SEMARANG KOTA



Abdul Azis SW  
Area Manager

 **BSI** BANK SYARIAH  
INDONESIA  
AREA SEMARANG KOTA

Muhammad Muttaqin  
Pj. AOSM

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Viki Safirotu Nadan  
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 27 Mei 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Jarakah RT 02/Rw 04, Timbang Reja. Lebaksiu,  
Tegal  
Nomor HP : 081904558072  
Email : [safirotunadan@gmail.com](mailto:safirotunadan@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan

1. SDN Timbang Reja 01
2. MTS Al-Islamiyah
3. MA Al-Islamiyah

### Pengalaman Organisasi

1. Sekertaris II UKM PSHT UIN Walisongo Semarang
2. Anggota DEPSOS UKM PSHT UIN Walisongo Semarang
3. Koordinator DEPSOS UKM PSHT UIN Walisongo Semarang