

**PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP LOYALITAS NASABAH
BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Program Strata (S1)



Disusun oleh :

ANIS WAHIDATUR ROHMA

1905036027

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN WALISONGO SEMARANG

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi a.n. Anis Wahidatur Rohma

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, dengan ini saya kirim naskah skripsi saudara

Nama : Anis Wahidatur Rohma

NIM : 1905036027

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul : **Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Demak)**

Dengan ini, kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 06 Maret 2023

Pembimbing I



H. Johan Arifin, S.Ag., MM.

NIP. 19710908 200212 1 001

Pembimbing II



Septiana na'afi, S.H.I., M.S.I

NIP. 198909242019032018



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALIASONGO SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Anis Wahidatur Rohma

NIM : 1905036027

Judul : **Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi kasus nasabah BSI KCP Demak)**

telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: 10 April 2023 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 13 April 2023

Ketua Sidang

Riska Wijayanti, M.H.
NIP. 1990408201903209

Sekretaris Sidang

Johan Arifin, S.Ag.M.M.
NIP. 197109082002121001

Penguji I

Mardhiyaturrositaningsih, M.E.
NIP. 199303112019032020



Penguji II

Maltuf Fitri, S.E, MM.
NIP. 1997410162003121003

Pembimbing I

Johan Arifin, S.Ag.M.M.
NIP. 197109082002121001

Pembimbing II

Septiana Na'afi, M.Si
NIP. 198909242019032018



Dipindai dengan CamScanner

MOTTO

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ

Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan

(QS. AR-Rohman: 13)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah 'ala kulli hal, segala puji bagi Allah dalam setiap keadaan yang tidak pernah berhenti mencurahkan rahmat, hidayah, serta perlindungan kepada hamba-Nya pada setiap fase kehidupan. Tanpa izin dari-Nya, Penulis tidak akan mungkin menyelesaikan kewajiban ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, karena beliau adalah sumber dari segala ilmu pengetahuan yang ada serta syafaatnya kita harapkan di Hari Akhir nanti.

Karya ini saya persembahkan dengan setulus hati kepada:

1. Kedua orang Tua tercinta, Bapak Mahsun dan Ibu Nur Ngafifah yang tiada henti memberikan kasih sayang serta dukungan dalam segala hal. *Rabbighfirli waliwalidayya warhamhuma kama rabbayani saghira*.
2. Adek tercinta Asna Zulfa dan Azka Naila Ramadhani yang saya sayangi, terima kasih sudah menemani dan mendoakan saya. Semoga sukses selalu.
3. Dosen Pembimbing, Bapak Johan Arifin, S.Ag., MM. dan Ibu Septiana Na'afi, M.S.I. yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan sehingga saya dapat menyelesaikan kewajiban ini dengan baik. Semoga Allah berikan kesehatan dan kebahagiaan lahir-batin.
4. Rekan, partner yang saya sayangi, Rizal Aji Arrasid terima kasih telah mendukung dan ikut serta menemani perjalanan saya.
5. Teman-teman terkasih, Hestika Oktaviani, Aisyah Amini Hasibuan, Windiani, Laily Nur Asyifa, Syifa Fedira Az-zahra, Maharani Dwina AR, Seta Arum Murti, Tri Utari, dan Nabila Annisa Lubis siapapun dan di manapun kalian berada yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, dan saling menguatkan. Semoga Allah permudah segala urusan yang sedang kalian lakukan.
6. Segenap teman-teman seperjuangan Prodi S1 Perbankan Syariah dan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan dukungan.
7. Terima kasih banyak atas bantuan dan kerjasama orang-orang baik yang telah membantu penulis.

DEKLARASI

Dengan penuh keyakinan, kejujuran serta tanggung jawab, maka penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi teori yang pernah ditulis ataupun diterbitkan oleh orang lain. Demikian pula Skripsi ini tidak berisi argumen-argumen orang lain, terkecuali beberapa sumber informasi yang terdapat dalam referensi skripsi ini yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 18 Februari 2023

Deklarator

Anis Wahidatur Rohma

NIM. 1905036027

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata bahasa Arab yang dipakai dalam penulisan skripsi ini berpedomn pada “pedoman Transliterasi Arab-latin” yang dikeluarkan berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri pendidikan dan Kebudayaan RI tahun 1987. Pedoman tersebut adalah sebagai berikut:

A. Konsonan

ا= Alif	خ= Kha	ش= Sya	غ= Gha	ن= Na
ب= Ba	د= Da	ص= Sha	ف= Fa	و= Qa
ت= Ta	ذ= Dza	ض= Dal	ق= Qa	ه= Ha
ث=Tsa	ر= Ra	ط= Tha	ك= Ka	ء= A
ج= Ja	ز= Za	ظ= Zha	ل= La	
ح= Ha	س= Sa	ع= ‘	م= Ma	

B. Vokal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dhammah	U

C. Diftong

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
يَ....	fathah dan ya	Ai
وَ....	fathah dan wau	Au

D. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
أ...إ...ا...آ	Fathah dan alif atau ya	Ā
إ...إ...إ...آ	Kasrah dan ya	Ī
و...و...و...آ	Dhammah dan wau	Ū

E. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ).

F. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al* misalnya **الصناعة** = *al-shina'ah*. *Al* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya **الطبيعية المعيشة** = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRACT

Currently, self-service technology is important to maintain customer loyalty, but at BSI KCP Demak, most customers do not use the SST facility. The aim of this research is to determine ATM, Mobile Banking and Internet Banking facilities on customer loyalty. The type of research used is quantitative research. The sample in this study totaled 100 respondents using a sampling technique based on purposive sampling with the criteria of BSI KCP Demak customers using ATM, Mobile Banking and Internet Banking facilities. The data collection method is through a questionnaire. Based on the data analysis that has been done, it is found that the ATM variable has a Tcount value of 1491 greater than Ttable 0.677 ($1491 > 0.677$) and a Sig. ie $0.139 < 0.25$ then H_0 is rejected and H_1 is accepted. This means that the ATM variable affects loyalty to use so that H_1 is accepted. The Mobile Banking variable gets a Tcount value of 7,095 greater than Ttable 0,677 ($7,095 > 0,677$) and a Sig. ie $0.000 < 0.25$ then H_0 is rejected and H_2 is accepted. This means that the Mobile Banking variable has an effect on customer loyalty so that H_2 is accepted. As for the Internet Banking variable, it was found that the Tcount value of 3,543 was greater than the Ttable 0,677 ($3,543 > 0,677$) and the Sig. ie $0.001 < 0.25$ then H_0 is rejected and H_3 is accepted. This means that Internet Banking variables affect customer loyalty.

Keywords : ATM, Mobile Banking, Internet Banking

ABSTRAK

Saat ini *self service technology* itu menjadi suatu hal yang penting untuk mempertahankan loyalitas nasabah, namun di BSI KCP Demak sebagian besar nasabah tidak menggunakan fasilitas SST tersebut. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui fasilitas ATM, Mobile Banking dan Internet Banking terhadap loyalitas nasabah. Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berdasarkan *purposive sampling* dengan kriteria nasabah BSI KCP Demak pengguna fasilitas ATM, *Mobile Banking* dan *Internet Banking*. Metode pengumpulan data yaitu melalui kuesioner. Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan, didapatkan hasil bahwa untuk variabel ATM mendapatkan nilai T_{hitung} sebesar 1491 lebih besar dari T_{tabel} 0.677 ($1491 > 0.677$) dan nilai nilai Sig. yaitu $0.139 < 0.25$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel ATM berpengaruh terhadap loyalitas menggunakan sehingga H_1 diterima. Adapun variabel *Mobile Banking* mendapatkan nilai T_{hitung} sebesar 7.095 lebih besar dari T_{tabel} 0.677 ($7.095 > 0.677$) dan nilai nilai Sig. yaitu $0.000 < 0.25$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya variabel *Mobile Banking* berpengaruh terhadap loyalitas menggunakan sehingga H_2 diterima. Sedangkan untuk variabel *Internet Banking* didapatkan hasil bahwa nilai T_{hitung} sebesar 3.543 lebih besar dari T_{tabel} 0.677 ($3.543 > 0.677$) dan nilai nilai Sig. yaitu $0.001 < 0.25$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya variabel *Internet Banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci :

ATM, Mobile Banking, Internet Banking

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, penguasa alam semesta karena rahmat, taufiq dan, hidayah-Nya. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **”Pengaruh Self Service Technology Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi kasus nasabah BSI KCP Demak”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwasanya terselesaikannya skripsi ini berkat benantuan oleh pihak-pihak dibalik layar yang selalu memberikan inspirasinya, dukungannya, bimbingan, saran, serta do’a. Untuk itu, pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak di antaranya:

- 1) Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- 2) Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- 3) Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si. Selaku Kepala Prodi S1 Perbankan Syariah, Ibu Muyassarah, M.Si., Selaku Sekertaris Jurusan S1 Perbankan Syariah. Ibu Kartika Marella Vanni, M.E selaku staf ahli program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Walisongo Semarang.
- 4) Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag., selaku Wali Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
- 5) Bapak Johan Arifin, S.Ag., MM. Selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Septiana Na’afi, M.S.I. selaku pembimbing II yang selalu sabar bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
- 6) Seluruh dosen pengajar program S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- 7) Staff beserta Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa membantu dalam proses administrasi dalam proses penyusunan skripsi.
- 8) Kepala BSI KCP Demak yang telah memberikan izin penelitian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- 9) Keluarga besar Bank Syariah Indonesia KCP Demak yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga, khususnya dalam bidang Perbankan Syariah.

10) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kebaikan yang telah diberikan, penulis tidak dapat membalas satu persatu dan hanya mampu mengucapkan banyak terimakasih dan mendoakan semoga Allah SWT mengganti kebaikan semua pihak yang telah ikt serta dalam penulisan ini, baik secara langsung maupun tidak dengan segala nikmat yang tak terduga sebelumnya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi isi, bahasa, maupun penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna memperbaiki tugas akhir ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat, menambah referensi , dan kontribusi positif khususnya untuk penulis dan para pembaca. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 18 Februari 2023

Penulis

Anis Wahidatur Rohma

NIM. 1905036027

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Bank Syariah Indonesia.....	10
B. <i>Self Service Technology</i>	13
C. <i>ATM (Automatic Teller Machine)</i>	16
D. <i>Mobile Banking</i>	18
E. <i>Internet Banking</i>	21
F. Loyalitas Nasabah	22
G. Penelitian Terdahulu	28
H. Kerangka Penelitian	32
I. Pengembangan Hipotesis	33
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Metode Penelitian.....	36

B.	Jenis Penelitian.....	36
C.	Sumber Penelitian	37
D.	Populasi dan Sampel	37
E.	Metode Pengumpulan Data.....	39
F.	Definisi Operasional Variabel.....	39
G.	Indikator Penelitian	41
H.	Teknik Analisis Data.....	44
I.	Uji Asumsi Klasik.....	45
J.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
K.	Uji Simultan	47
L.	Uji Parsial (t).....	47
M.	Uji Regresi Linear Berganda.....	48
BAB IV		50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
A.	Deskripsi Objek Penelitian.....	50
B.	Analisis Deskripsi Responden.....	52
C.	Analisis Data dan Interpretasi Data.....	55
D.	Uji Asumsi Klasik.....	56
E.	Uji Hipotesis	59
F.	Pembahasan Penelitian.....	64
BAB V		66
PENUTUP.....		66
A.	Kesimpulan	66
B.	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji t (Parsial)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Hasil Uji F-Statistik (Simultan)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Detrminasi (R ²)	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan User Internet di Indonesia	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1 Pengguna ATM di Indonesia	17
Gambar 2. 2 Fitur BSI Mobile	21
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji P-Plot	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan di era digital juga terjadi dalam bidang ekonomi salah satunya yaitu juga terjadi dalam industri keuangan. Teknologi digital menjadi peluang dan tantangan yang harus dihadapi sektor keuangan. Teknologi digital dalam sektor keuangan biasa dikenal dengan istilah financial technology (fintech). Fintech memunculkan ekosistem baru untuk inklusi keuangan, dan juga dapat menghasilkan suatu inovasi baru. Perusahaan jasa dibidang keuangan seperti perbankan juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Perbankan merupakan jasa yang dapat mengembangkan dan mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena telah menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi pendapatan nasional dan berperan sebagai perantara untuk menyerap dana masyarakat dan mengembalikannya ke kegiatan ekonomi produktif.¹

Era digitalisasi saat ini tentunya tidak terlepas dari penggunaan Internet. Industri keuangan seperti perbankan memanfaatkan internet sebagai salah satu strategi untuk bersaing.² Penggunaan Fintech sejalan dengan kampanye dari Bank Indonesia yaitu Gerakan Nasional Non Tunai(GNNT). Transaksi non tunai dapat dilakukan dengan memanfaatkan alat transaksi berupa kartu seperti kartu debit, kredit maupun electronic money atau uang elektronik, selain berupa kartu juga dapat dengan menggunakan alat elektronik lain yang memiliki akses transaksi di lembaga keuangan dan didukung dengan jaringan internet untuk melakukan transaksi-transaksi keuangan, alat tersebut seperti handphone dan laptop. Industri perbankan yang berkembang di Indonesia, tentunya juga di dukung oleh Bank Indonesia, hal ini agar dapat mengindikasikan semakin banyaknya masyarakat Indonesia yang bertransaksi berbasis digital.

Layanan-layanan mandiri berbasis elektronik digital ini terus melakukan pengembangan, dimana tidak hanya transfer namun juga dapat digunakan untuk melakukan pembukaan rekening tabungan, tanpa harus ke kantor bank. Kecanggihan teknologi yang ditawarkan ini semakin memudahkan bagi para nasabah untuk bertransaksi keuangan tanpa adanya batasan waktu dan tempat.

¹ Annisa Indah Mutiasari, “*Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital* Annisa Indah Mutiasari 1 Fakultas Sosial, Humaniora Dan Seni, Universitas Sahid Surakarta” IX, no. 2 (2020): 32–41, <http://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/IAB/article/download/541/451>.

² Aan Eddy S dan I.G.N Widya R, “*Pengaruh Layanan E-Banking, Peran Manajemen dan Orientasi Pasar Terhadap Peningkatan Kinerja Tenaga Pemasar dalam Rangka Pencapaian*”

Perkembangan industri perbankan di Demak dapat menunjukkan peningkatan pengguna jasa perbankan syariah. Nasabah juga harus semakin lebih kritis dalam memilih bank, khususnya yang berkaitan dengan layanan perbankan. Situasi persaingan perbankan yang semakin ketat mendorong bank-bank di Surabaya terus berinovasi pada produk dan jasa yang ditawarkan. Bank dituntut untuk kreativitas dan inovasi pada produk dan jasa bank agar dapat memenangkan kompetisi dalam menarik nasabah. Berbagai fasilitas dan strategi pemasaran terus dikembangkan khususnya pada layanan perbankan yaitu *self service technology*.³

Loyalitas nasabah dapat diukur dari membeli kembali produk atau jasa secara konsisten di masa depan meskipun ada situasi yang berpotensi menimbulkan perubahan perilaku seperti pengaruh orang lain atau upaya pemasaran yang dilakukan oleh pesaing. Keberhasilan bank dalam mempertahankan nasabah untuk tetap setia pada satu bank sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran seperti inovasi produk, penyediaan teknologi yang canggih, bersahabat dengan penggunanya, serta menyediakan pelayanan yang cepat melalui perbankan elektronik (e-banking), promosi dan peningkatan kualitas pelayanan perbankan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju nasabah dengan mudah melakukan transaksi melalui mesin ATM, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking* yang disediakan oleh bank. Ini bertujuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah agar nasabah tidak beralih pada bank lain. Dengan meningkatnya loyalitas nasabah yang diberikan oleh bank maka nasabah akan setia dengan bank atau bahkan akan menambah produk jasa yang disediakan oleh pihak bank. Berdasarkan kondisi tersebut Bank BSI di Demak ingin mendapatkan peningkatan nasabah secara keseluruhan dimana harus memperhatikan satu hal penting yaitu *self service technology*.⁴

TABEL 1.1

Indonesia Bank Loyalty Index (IBLI)

Ranking	Satisfaction Index		Loyalty Index		Best Overall	
I	Bank Muamalat (M-	2021	Bank Muamalat	2021	Bank Muamalat	2021

³Devi Ayu Azisyah, “Pengaruh *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Bni Di Surabaya “, Surabaya: 2016.

⁴Devi Ayu Azisyah, “Pengaruh *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Bni Di Surabaya “, Surabaya: 2016.

	Banking)					
II	BNI Syariah	2021	-	-	BNI Syariah	2021
III			-	-	BRI Syariah	2021
			-	-	Bank Syariah Mandiri	2021

Sumber : Infobanknews.com

Berdasarkan tabel diatas BSI belum memperoleh peringkat dalam kategori loyalty index, disini dapat disimpulkan bahwa Bank BSI masih kurang dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya, sehingga mengakibatkan nasabah tidak loyal terhadap bank tersebut. Berhubungan dengan masih adanya masalah loyalitas nasabah di Bank BSI sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mencari faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab menurunnya loyalitas nasabah Bank BSI KCP Demak.

Keberhasilan bank dalam mempertahankan nasabah untuk tetap setia pada satu bank sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran seperti inovasi produk, penyediaan teknologi yang canggih, bersahabat dengan penggunanya, serta menyediakan pelayanan yang cepat melalui perbankan elektronik (e-banking), promosi dan peningkatan kualitas pelayanan perbankan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju nasabah dengan mudah melakukan transaksi melalui mesin ATM, Mesin setor tunai, SMS Banking maupun Mobile Banking yang disediakan oleh bank. Berdasarkan kondisi tersebut Bank BNI di Surabaya ingin mendapatkan peningkatan nasabah secara keseluruhan dimana harus memperhatikan beberapa hal penting yaitu self sevice technology. Faktor yang dapat mempengaruhi adanya *self service technology* ditinjau dari sejauh mana Bank BSI memberikan teknologi yang lebih canggih seperti Mesin ATM, Mobile Banking dan Internet Banking dimana untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.

Teknologi di bidang perbankan digunakan untuk mempermudah proses pemasaran, yaitu transaksi berbasis teknologi. Bank Syariah Indonesia memiliki layanan yang diberikan oleh pihak perbankan dalam memanfaatkan teknologi sering

disebut dengan istilah *Digital Banking*. Dimana didalam layanan digital banking tersebut terdapat ATM (*Automatic Teller Machine*), *Mobile banking* dan *Internet banking*. Ketiga fasilitas tersebut sering disebut dengan *Self-Service Technology* (SST). SST adalah suatu fasilitas yang diberikan kepada nasabah agar bisa melayani diri mereka sendiri tanpa harus bergantung pada karyawan bank.

ATM adalah alat yang digunakan pemilik ATM untuk mengantarkan uang sebagai alternatif penarikan uang dari bank yang menerbitkan ATM tersebut.⁵ Alasan mengapa ATM menjadi salah satu *Self Service Technology* yang ada di dunia perbankan yang mempunyai banyak keuntungan baik nasabah maupun karyawan bank, apalagi di demak itu hanya ada satu ATM. Namun saat ini banyak bank konvensional maupun bank syariah yang sudah tidak menggunakan ATM melainkan melalui penarikan langsung melalui *Mobile Banking*.

Internet Banking adalah salah satu saluran penjualan atau lingkungan layanan perbankan bersama dengan media lain yang dikenal masyarakat, seperti loket bank, ATM, dll.⁶ *Internet Banking* adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Mobile Banking adalah layanan yang tujuannya untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan (perbankan).⁷ *Mobile Banking* adalah sebagian fasilitas dari perbankan yang menggunakan jaringan komunikasi seperti handphone, dan memiliki fitur yang 90% sama dengan ATM, juga dapat digunakan untuk penarikan tunai saat ini. Fasilitas *mobile banking* didalam perbankan berupa menu layanan data maupun sms plain (sms manual) yang sering disebut dengan sms banking. SST di *mobile banking* sendiri yaitu sekarang adanya pembukaan rekening bank syariah dan pendaftaran *mobile banking* syariah kini sudah bisa dilakukan sendiri dirumah.

Variabel dari fasilitas SST pada perbankan sangat dibutuhkan masyarakat dalam melakukan transaksi dengan mudah yang biasanya berhubungan dengan pemenuhan keinginan mereka. Semakin baik pelayanan yang diberikan pada fasilitas

⁵ Eviliyanto, "Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Perbankan Di Kota Surakarta," Jurnal Edukasi 1, no. 1 (2014): 49–62.

⁶ Tim Penelitian Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, "Internet Banking Di Indonesia," *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan* 5, no. 1 (2003): 37–64, <https://doi.org/10.21098/bemp.v5i1.304>.

⁷ Miftahuddin Miftahuddin and Decky Hendarsyah, "Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, no. 1 (2019): 16–32, <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.149>.

SST tersebut maka akan sangat berpengaruh terhadap perilaku, kepuasan dan loyalitas yang dihasilkan nasabah. Layanan SST merupakan teknologi yang membuat konsumen untuk menghasilkan layanan independen tanpa keterlibatan langsung dari karyawan, mengidentifikasi adanya lima indikator *Self Service Teknologi* yang mengukur interaksi secara *customer-to-employee* terhadap harapan dan kepuasan nasabah, yaitu : *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (tampilan fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap).

Saat ini kebutuhan informasi yang cepat serta mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat membuat internet sebagai media social sangat dibutuhkan. Hal tersebut dilirik juga oleh perbankan sebagai pelaku usaha untuk membantu masyarakat banyak. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keputusan pelanggan untuk menjalin hubungan kerjasama jangka panjang dengan perusahaan semakin ditentukan dengan bagaimana penilaian pelanggan terhadap produk yang diberikan oleh bank.

Loyalitas merupakan kecenderungan perilaku yang diharapkan oleh bank syariah atas nasabahnya dimana nasabahnya tetap setia pada bank syariah.⁸ Adanya SST di perbankan syariah yang juga memiliki keuntungan bagi perbankan agar nasabah tetap setia dengan adanya beberapa fasilitas yang baru dan gampang dilakukan oleh nasabah terutama nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Demak.

Menurut *Branch operational service Manager* BSI kantor Cabang Pembantu (KCP) Demak Yenny Agung nasabah BSI KCP Demak mengalami peningkatan setiap harinya bahkan pengguna *Mobile Banking* dan ATM minimal 10 user setiap harinya. BSI KCP Demak memiliki peminat lebih signifikan dibanding dengan peminat melakukan transaksi pada Bank Konvensional di wilayah Demak.⁹

Penelitian ini menggunakan *Theory Of Planned Behavior*. Melalui *Theory Of Planned Behavior* penelitian yang dilakukan kali ini dapat menjelaskan loyalitas seorang nasabah pengguna fasilitas *Self Service Teknologi* pada BSI KCP Demak karena pada teori ini mempertimbangkan sebab adanya sikap individu yang berkembang dari kesetiaan yang kuat menjadi suatu tindakan. Teori tersebut berguna untuk mempengaruhi bagaimana sebuah perilaku terbentuk atau terjadi. Penggunaan nilai-nilai pada *Theory Of Planned Behavior* relevan dengan variabel yang akan diteliti.

⁸ Rahman El-Junusi, "Membangun Kemitraan Antara Bank Syariah dan Nasabah", (Semarang:Lembaga Penelitian IAIN Walisongo,2012), hal.36

⁹ Yenny Agung, *Branch Operational Service Manager*, wawancara penelitian, 04 januari 2023

Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Djajanto (2014), dengan judul “ *The Effect Of Self Service Technology Service Quality And Relationship Marketing On Customer Satisfaction And Loyalty*”. Didapatkan hasil bahwa *Self Service Technology*, kualitas layanan dan hubungan pemasaran secara signifikan mempengaruhi loyalitas pelanggan, namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Ludfi Djajanto tidak dapat membuktikan pengaruh SST dan kualitas terhadap loyalitas pelanggan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Proenca (2011) dengan judul “*A Comparison Of Users And Non Users Of Banking Self-Service Technology In Portugal*”. Pada pengguna dan non-pengguna teknologi SST dalam layanan perbankan di Portugal. Dalam penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa adanya hubungan positif antara pengguna SST dan positif dari mulut ke mulut, namun tidak signifikan secara statistik . Pengguna SST lebih sensitif terhadap harga daripada bukan pengguna dan signifikan secara statistik. Ada hubungan signifikan positif secara statistik antara pengguna SST dan kecenderungan untuk mengeluh. Tidak menunjukkan hubungan negatif antara pengguna SST dan kecenderungan untuk mengubah bank. Hubungan positif antara penggunaan SST dan niat untuk membeli kembali, namun tidak signifikan.

Perusahaan jasa perbankan pada saat ini dihadapkan oleh persaingan yang sangat tajam, kompleks, dan perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Loyalitas merupakan suatu faktor penting bagi suatu perusahaan jasa perbankan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. Karena apabila nasabah merasa bahwa kualitas layanan yang diterimanya baik maka akan puas dan komitmen menjadi nasabah yang loyal. Menurut pra riset yang saya lakukan melalui wawancara bersama Bapak Yenny Agung selaku BOSM BSI KCP Demak bahwa banyaknya nasabah aktif di BSI itu berjumlah 32.000 users, ada 66% dari banyaknya nasabah tersebut merupakan nasabah produk tabungan haji dan umroh. Karena hal tersebut maka peneliti sangat ingin mengetahui apakah fasilitas SST di BSI KCP Demak itu berpengaruh atau tidak terhadap loyalitas nasabah.¹⁰

Penjabaran diatas dapat dijelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah dengan memanfaatkan teknologi sangatlah berpengaruh terhadap perilaku nasabah. Selain itu dengan adanya penghargaan yang diselenggarakan oleh Infibank setiap tahunnya, diharapkan setiap perusahaan BUMN

¹⁰ Yenny Agung, *Branch Operational Service Manager*, wawancara penelitian, 04 januari 2023

terlebihnya perbankan syariah juga bisa selalu termotivasi untuk memperbaiki kinerja dalam memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang di era globalisasi sekarang ini. Hal tersebut membuat penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi kasus nasabah BSI KCP Demak)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah fasilitas ATM berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak?
2. Apakah fasilitas *Mobile Banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank Syariah Indonesia KCP Demak?
3. Apakah fasilitas *Internet Banking* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak?

C. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menjelaskan pengaruh ATM terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Di Demak
- 2) Untuk menjelaskan pengaruh *Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Di Demak
- 3) Untuk menjelaskan pengaruh *Internet Banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Di Demak

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Teoritis

- a. Akademisi

Akademisi diharapkan mampu mengetahui wawasan di bidang perbankan syariah mengenai Pengaruh *Self Service Teknologi* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Demak.

- b. Peneliti

Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan di bidang ekonomi dan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah dan juga mengetahui pengaruh *self service technology* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Di Demak.

2. Praktisi

a. Perbankan

Sebagai bahan evaluasi bagi BSI KCP Demak dalam upaya meningkatkan fasilitas *self service technology* agar mendapatkan loyalitas dari nasabah.

b. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan sanggup membagikan pengetahuan serta informasi untuk masyarakat umum kala menjadi nasabah di perbankan syariah. Sehingga warga mempunyai cerminan bagaimana keadaan ataupun sistem perbankan syariah yang sanggup membagikan rasa nyaman dan menguntungkan untuk mereka. Seperti yang nantinya dijelaskan *self service* yang ada di perbankan syariah saat ini sangat menguntungkan dan dapat diakses dengan mudah dimanapun dan kapanpun.

E. Sistematika Penulisan

Kerangka penulisan dijelaskan dalam sistematika penulisan ini, yang merupakan gagasan utama dalam pembahasan selanjutnya. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN.

Pada bab 1 ini secara sistematis menguraikan latar belakang masalah, yang berfungsi sebagai topik pemikir dan gambaran umum penelitian, sebelum dirangkai menjadi rumusan masalah. Tujuan dari sistem penelitian dan penulisan, serta bagaimana menerapkannya, diuraikan diakhir bab ini..

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab 2 ini menjelaskan kerangka teori yang mendasari argumen variabel dependen dan independen, serta deskripsi tinjauan literatur dan penelitian teoritis yang mengarah pada pembuatan judul makalah penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab 3 ini membahas ,engenai gambaran umum objek penelitian, jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN DATA

Pada bab 4 ini berisi interpretasi hasil analisis dari uji statistik yang telah dilakukan oleh peneliti, uji statistik berupa uji validitas, reabilitas, uji normalitas, uji regresi linear, uji t dan uji f. Kemudian hasil penelitian berupa penerimaan maupun penolakan dari hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Pada bab 5 ini mencakup kesimpulan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Bank Syariah Indonesia

Bank berasal dari bahasa Italia banca yang artinya tempat menukarkan uang. Secara umum pengertian bank adalah lembaga perantara keuangan yang biasanya mempunyai wewenang untuk menerima simpanan, meminjamkan uang dan menerbitkan surat promes atau biasa disebut surat promes.¹¹ Menurut UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.¹²

Pengertian bank menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dari pengertian bank menurut Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya.¹³

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Syariat Islam. Berdasarkan rumusan tersebut, Bank Syariah berarti Bank yang tata cara beroprasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Alquran dan Al hadist. Muamalat adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan pribadi maupun antara peorangan dengan masyarakat. Muamalah ini meliputi bidang kegiatan jual-beli (ba'i), bunga (riba), piutang, gadai (rahn), memindahkan utang (hawalah), bagi untung dalam perdagangan (qira'ah), jaminan (dhomah), persekutuan (syirkah), persewaan dan perburuan (ijarah). Bank syariah memiliki sistem oprasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabah, pembayaran dan penarikan bunga di larang dalam semua bentuk transaksi.

¹¹ Tri Inda Fhadila Rahma, *Perbankan Syariah I, Buku Diktat*, 2019.

¹² Undang- Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 Tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan

¹³ Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I, *Perbankan Syariah I*, 2019, hal,1

Bank syariah tidak mengenal system bunga, baik bunga yang di peroleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang di bayar kepada penyimpan dana di bank syariah.¹⁴

Bank Syariah adalah salah satunya produk perbankan berbasis sistem keuangan syariah, sistem keuangan syariah atau syariah saat ini sedang dikembangkan banyak dibahas secara internal Indonesia. Banyak sektor masyarakat menuntut tindakan segera dari pemerintah Indonesia.¹⁵

Indonesia bersamaan dengan kehancuran sistem ekonomi kapitalis. Bank syariah dulu dikembangkan sebagai respon terhadap kelompok keuangan dan praktisi perbankan syariah yang mencoba mengakomodir tekanan dari berbagai pihak. yang mana bertujuan untuk memberikan layanan pengiriman uang yang dilaksanakan sesuai dengan nilai moral dan prinsip Syariah Islam. Rakyat Islam diharapkan Memahami perkembangan bank syariah dan mengembangkannya jika menjadi pemimpin bank syariah hati-hati mengidentifikasi dan Identifikasi semua mitra saat ini dan potensial untuk pengembangan bank syariah.

Berdasarkan penjelasan perbankan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan bank syariah adalah pengusaha yang dalam usahanya menghimpun dan menyalurkan dana, memberikan imbalan sesuai dengan prinsip syariah, dan menjalankan fungsi intermediasi berdasarkan prinsip syariah. . Kantor pusat dan 1.154 cabang bank syariah di Indonesia. Bank konvensional dan bank umum syariah dibedakan dengan adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) independen di bank syariah yang berkedudukan sama dengan Dewan Komisiner. Dewan Syariah memiliki peran strategis dan penting dalam penerapan nilai-nilai Syariah di bank syariah. DPS bertanggung jawab memastikan seluruh prosedur dan produk perbankan syariah sesuai dengan prinsip syariah Islam.¹⁶

Bank Syariah dalam menerapkan operasionalnya berpegang pada beberapa standar yaitu, :¹⁷

a) Prinsip keadilan

Terdapat perbedaan penerapan sistem operasi Untung dan Rugi. Bank syariah menerapkan sistem bagi hasil yang menyangkut kejujuran, keadilan dan pemerataan.

b) Prinsip kesetaraan

¹⁴ Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I, *Perbankan Syariah I*, 2019, hal,2-3.

¹⁵ Perkembangan Bank and Syariah Di, "PERKEMBANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA Tira Nur Fitria STIE AAS Surakarta" 01, no. 02 (2015).

¹⁶ Otoritas Jasa Keuangan, "Buku 2 Perbankan Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi." 2019, hlm. 1-251.

¹⁷ Muhammad, *Bank Syariah, Problem Dan Praktek Perkembangan DI Indonesia* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005), Hal..78-80.

Prinsip ini diwujudkan dengan adanya kewajiban, hak, resiko dan keuntungan yang diperoleh secara seimbang antara nasabah yang menanamkan dana dan bank yang mengelola dana tersebut. Dengan kesetaraan ini, kita bisa berlatih bekerja sama dalam gotong royong untuk menyamakan keuntungan dan kerugian.

c. Prinsip perdamaian

Mendirikan bank syariah dapat menciptakan keharmonisan sosial dan meningkatkan ekonomi masyarakat untuk mencapai kedamaian. Oleh karena itu, prinsip-prinsip syariat Islam harus melekat pada produk-produk bank syariah.

Bank syariah berusaha untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan aturan dan prinsip Syariah Islam di atas, yaitu:

- 1) Tidak ada bunga
- 2) Hindari kegiatan spekulatif seperti perjudian (maysir)
- 3) Menghindari hal-hal yang mencurigakan (gharar)
- 4) Menghindari sesuatu yang tidak sah (salah).
- 5) Hanya untuk toko Halal.

1) Dasar Hukum Bank Syariah Indonesia

Peraturan perbankan syariah yang berlaku dan mengatur di Indonesia saat ini adalah menurut UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.¹⁸

2) Peranan Bank Syariah Indonesia

Secara khusus peranan bank syariah nyata dapat terwujud dalam aspek-aspek berikut:

- 1) Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan. Disamping itu, bank syariah perlu mencontoh keberhasilan Sarekat Dagang Islam, kemudian ditarik keberhasilannya untuk masa kini (nasionalis, demokratis, religius, ekonomis).
- 2) Memberdayakan ekonomi umat dan beroperasi secara transparan. Artinya, pengelolaan bank syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan, dan upaya ini terwujud jika ada mekanisme operasi yang transparan.

¹⁸ UU No. 21 Tahun 2008 Bab 1 Pasal 1 Tentang Perbankan Syariah.

- 3) Memberikan return yang lebih baik. Artinya investasi di bank syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai return (keuntungan) yang diberikan kepada investor. Oleh karena itu, bank syariah harus mampu memberikan return yang lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional. Di samping itu, nasabah pembiayaan akan memberikan bagi hasil sesuai dengan keuntungan yang diperolehnya. Oleh karena itu, pengusaha harus bersedia memberikan keuntungan yang tinggi kepada bank syariah.
- 4) Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan. Artinya, bank syariah mendorong terjadinya transaksi produktif dari dana masyarakat, Dengan demikian spekulasi dapat ditekan.
- 5) Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan. Artinya bank syariah bukan hanya mengumpulkan dana pihak ketiga, namun dapat mengumpulkan dana Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS). Dana ZIS dapat disalurkan melalui pembiayaan Qardul Hasan, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pada akhirnya terjadi pemerataan ekonomi.
- 6) Peningkatan efisiensi mobilisasi dana. Artinya, adanya produk al- mudharabah al- muqayyadah, berarti terjadi kebebasan bank untuk melakukan investasi atas dana yang diserahkan oleh investor, maka bank syariah sebagai financial arranger, bank memperoleh komisi atau bagi hasil, bukan karena spread bunga.¹⁹

Dalam kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkannya dengan menawarkan imbalan berdasarkan prinsip syariah. Dengan Demikian bank syariah berperan sebagai sarana menghimpun dan mengembangkan simpanan masyarakat. Pada intinya bank syariah merupakan lembaga keuangan yang bekerja untuk mengelola anggaran dari nasabah sesuai dengan syariah Islam secara produktif dan efektif serta untuk umat islam dalam memperoleh kemaslahatannya. Bank syariah menawarkan berbagai produk perbankan yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu , 1)Produk Penyaluran Dana, 2) Produk Penghimpun Dana, 3) Produk jasa.

B. *Self Service Technology*

1. Definisi *Self Service Technology*

¹⁹ Setia Budhi Wilardjo, *Pengertian , Peranan , Dan Perkembangan Bank Syari'ah Di Indonesia*, VALUE ADDED, Vol. 2, No. 1, September 2004 ± Maret 2005 <http://jurnal.unimus.ac.id>, hal 6-7.

Kemajuan teknologi, peningkatan pengalaman pelanggan, dan pengurangan biaya terkait dengan pengeluaran karyawan adalah manfaat dari SST ditawarkan oleh penyedia layanan.²⁰

Self Service Technology (SST) adalah sebuah teknologi antarmuka yang memungkinkan pelanggan menerima layanan dan melakukan transaksi secara mandiri. Pelayanan yang diberikan langsung oleh karyawan. Konsep layanan awalnya dimulai dengan layanan yang perlu disampaikan secara tatap muka, tetapi telah berkembang menjadi tren untuk memfasilitasi layanan dengan menggunakan teknologi.²¹

Self Service Technology (SST) menurut Rambat merupakan suatu perantara teknologi yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan sendiri pelayanan tanpa tergantung pada karyawan contohnya ATM dan pelayanan perusahaan melalui internet. Sedangkan menurut Mueter et al, SST adalah sebagai teknologi antar muka yang memungkinkan suatu jasa secara mandiri dari keterlibatan karyawan perusahaan langsung.

Penggunaan teknologi ini menjadi menarik bagi perusahaan penyedia jasa karena meningkatkan efisiensi pelayanan, menyediakan manfaat lebih bagi konsumen, dan memperbanyak pilihan akses pelayanan Curran dan Mueter, Inovasi pelayanan dengan menggunakan teknologi ini akan menjadi

Komponen penting bagi perusahaan yang berinteraksi langsung dengan konsumen untuk kesuksesan jangka panjang perusahaan. Menurut Bitner et al yang dikutip dalam Lin, Shih, and Sher, pada konteks SST, perusahaan tidak bisa menciptakan pelayanan tanpa ada partisipasi aktif, dan keterlibatan konsumen. Penggunaan SST dikenal secara luas karena telah mentransformasi proses bisnis selama beberapa dekade ini.²²

Penggunaan teknologi ini menarik bagi penyedia layanan karena meningkatkan layanan operasional, meningkatkan efisiensi layanan, memberikan lebih banyak manfaat kepada konsumen, dan meningkatkan pilihan akses layanan²³. Penggunaan *self service technologies* sangat membantu dalam penyediaan layanan yang nyaman bagi konsumen dan

²⁰ Myra V. De Leon, Ringgold P. Atienza, and Daniel Susilo, "Influence of Self-Service Technology (SST) Service Quality Dimensions as a Second-Order Factor on Perceived Value and Customer Satisfaction in a Mobile Banking Application," *Cogent Business and Management* 7, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1794241>.

²¹ Andria Wijaya, "Implementasi Konsep Self-Service Technology (SST) Pada Model Bisnis Restoran," *Seminar Nasional Dinamika Informatika 2020 Univeristas PGRI Yogyakarta*, 2020, 63–66.

²² R S Mahrun, "Pengaruh Self Service Technology Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Pada Erahn. Id," 2020, 1–118, <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/23516>.

²³ Mahrun.

menjadi sangat penting terutama dalam mencapai produktivitas dan kepuasan dengan fenomena tersebut akan semakin banyak industri yang mengadopsi SST.²⁴

Self-Service Technology (SST) Kualitas Layanan dapat didefinisikan sebagai antarmuka teknis yang memungkinkan pelanggan di Menyediakan layanan mandiri seperti anjungan tunai mandiri (ATM), mobile banking, dan internet banking tanpa bergantung pada personel layanan. SST dapat menguntungkan bisnis dengan membantu melayani lebih banyak pelanggan dengan sumber daya manusia yang lebih sedikit, sehingga mengurangi biaya yang dianggarkan dari karyawan yang digantikan oleh SST.²⁵ Teknologi ini juga bertujuan untuk meminimalisir biaya pelatihan karyawan, peralatan dan komunikasi di dunia bisnis khususnya di perbankan.

2. Dimensi *Self Service Technology*

Ada tujuh dimensi yang membentuk harapan konsumen terhadap kualitas layanan pada SST (*Self Service Technology*) yaitu diantaranya adalah sebagai berikut:²⁶

1) *Functionality* Dimensi ini merepresentasikan karakteristik fungsional *Self-Service Technology* (SST), yaitu:

- a) *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang andal dan terjamin.
- b) *Responsiveness*, yaitu kemampuan perangkat SST untuk merespon perintah yang dimasukkan ke dalam sistem oleh client.
- c) Sederhana dan mudah digunakan, peralatan SST mudah digunakan dan mudah digunakan.
- d) *Quick Response* adalah layanan yang dapat dijalankan dalam waktu singkat pada perangkat SST.

2) *Enjoyment* Ini adalah persepsi kesenangan dan minat yang dialami pengguna selama dan setelah menggunakan perangkat SST

²⁴ Wijaya, "Implementasi Konsep *Self-Service Technology* (SST) Pada Model Bisnis Restoran."

²⁵ Nuraini Rosyidah and Anik Lestari Andjarwati, "Pengaruh *Self-Service Technology Quality* Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald'S Di Surabaya)," *Journal IMAGE* / 10, no. 1 (2021): 14–27.

²⁶ Mahrun, "Pengaruh *Self Service Technology* Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Pada Erahn. Id."

3) *Security/Privacy* berarti tidak adanya risiko atau kecurigaan yang dirasakan oleh pengguna Fasilitas yang disediakan oleh peralatan SST menciptakan rasa aman dan nyaman bagi konsumen di industrinya.

4) *Design* Mencakup keseluruhan tampilan dari SST, yang menumbulkan penampakan estetika yang baik. Keindahan bentuk dan susunan dari perangkat SST untuk menciptakan penampilan yang menarik pengguna.

5) *Assurance* Menggambarkan kepercayaan diri karena reputasi dan kompetensi dari perangkat SST yang mengutamakan kepercayaan karena reputasi dan kompetensi dari penyedia SST. Assurance dapat menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Dimensi ini penting dalam industri jasa dimana konsumen merasa tidak yakin terhadap kemampuan industry tersebut karena memiliki resiko yang tinggi.

6) *Convenience* Dimensi Convenience menggambarkan aksesibilitas layanan SST, serta kegunaan dan kenyamanan penggunaan layanan SST.

7) *Customization* adalah dimensi dimana perangkat SST dapat dimodifikasi untuk memenuhi preferensi dan kebutuhan konsumen Dirancang untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pengguna tanpa terikat oleh struktur sistem.²⁷

C. ATM (*Automatic Teller Machine*)

Perkembangan sistem pembayaran mengikuti perkembangan ekonomi. Perkembangan sistem pembayaran dimulai dengan sistem barter, uang komoditi, uang kertas, koin dan cek. Manfaat penggunaan kartu ATM berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku belanja masyarakat.²⁸

Berbagai metode pembayaran non tunai dan elektronik, muncul dalam berbagai bentuk termasuk ATM.²⁹ Atm merupakan sebuah alat elektronik yang memudahkan nasabah perbankan untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan nasabah tanpa perlu dilayani oleh seorang "teller" di Bank.³⁰

²⁷ Rosyidah and Andjarwati, "Pengaruh Self-Service Technology Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald'S Di Surabaya)."

²⁸ Selisa Nur Leoni, Wahid Wachyu Adi Winarto, and M. Sultan Mubarak, "Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Kartu Atm Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Sahmiyya* 1, no. 1 (2022): 164–78, <http://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/sahmiyya/article/view/5408%0Ahttp://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/sahmiyya/article/download/5408/2402>.

²⁹ Leoni, Winarto, and Mubarak. Leoni, Winarto, and Mubarak. Leoni, Winarto, and Mubarak.

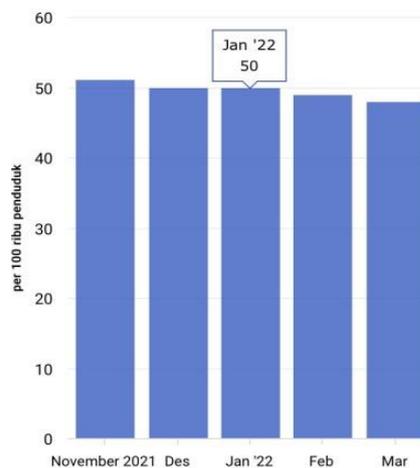
³⁰ Arif Wicaksana, "濟無No Title No Title No Title," *Https://Medium.Com/*, no. 2004 (2016), <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

Dari sudut pandang ekonomi Islam, harus memperhatikan poin-poin berikut saat menggunakan kartu ATM: Pertama, pembelian makanan dan bukan makanan sejalan dengan konsep kebutuhan. Kedua, mashraha yang dicapai dengan memuaskan kebutuhan baik makanan maupun non-makanan adalah perolehan kegunaan dan manfaat baik dalam konsumsi makanan maupun non-makanan. hanya di dunia ini, tetapi juga di akhirat, dan kegiatan konsumsi didasarkan pada nilai-nilai agama.³¹

Saat ini, ATM telah menjadi bagian integral dari cara orang melakukan transaksi. Menurut data *Marketing Research Indonesia* (MRI), perputaran uang tunai dari transaksi ATM mencapai Rs 541,83 triliun sepanjang tahun. Nasabah menggunakan ATM rata-rata lima kali sebulan. Total transaksi melalui ATM mencapai 95 juta per bulan, baik intra bank maupun antar bank. Perilaku masyarakat yang aktif menggunakan ATM didorong oleh fakta bahwa ATM selalu menjadi media transaksi yang mudah, cepat dan memungkinkan. ATM telah menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat.³²

Namun seiring kebutuhan mobilitas yang tinggi tingkat pengguna anjungan tunai mandiri (ATM) terus menurun, kondisi ini seiring dengan peningkatan penggunaan layanan perbankan digital. Berikut jumlah mesin ATM per 100.000 penduduk dewasa (November 2021- Maret 2022):

Gambar 2. 1 Pengguna ATM di Indonesia



Sumber : Katadata.co.id

Dapat dilihat dari data diatas bahwa penggunaan ATM menurun walaupun diketahui bahwa banyak manfaat dalam penggunaan ATM pada transaksi pada masyarakat.

³¹ Leoni, Winarto, and Mubarok, "Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Kartu Atm Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam."

³² Leoni, Winarto, and Mubarok. "Perilaku konsumtif Dalam Menggunakan Kartu ATM Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam."

Cakupan ATM secara bertahap mulai menurun sejak akhir tahun 2021, mengikuti tren digitalisasi layanan perbankan. Semakin banyak pelanggan yang menggunakan layanan seluler karena pemerintah sempat membatasi aktivitas masyarakat.

Dengan menggunakan kartu ATM semua transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan efisien. Misalnya kemudahan dalam belanja online didukung dengan pembayaran yang mudah pula yaitu menggunakan metode transfer bank, salah satunya adalah transfer melalui mobile banking. Biasanya orang melakukan transfer harus datang ke bank atau melalui ATM (*Automatic Teller Mecine*). Namun seiring kebutuhan mobilitas yang tinggi, kini masyarakat membutuhkan layanan yang lebih praktis ketimbang harus pergi ke bank/ATM, karena akan memerlukan waktu lebih lama jika harus mendatangi bank dulu ketika akan melakukan transfer.³³

Kini masyarakat membutuhkan layanan yang lebih praktis ketimbang harus pergi ke bank/ATM, karena akan memerlukan waktu lebih lama jika harus mendatangi bank dulu ketika akan melakukan transfer. Solusi lebih mudahnya adalah menggunakan fitur mobile banking yang telah disediakan oleh bank.³⁴

D. Mobile Banking

Seiring waktu, teknologi terus berkembang, mengubah perilaku dan gaya hidup orang di seluruh dunia. Salah satu manfaat dari perkembangan teknologi ini adalah kemudahan ketersediaan informasi yang cepat dan akurat. Kemajuan teknologi tidak dapat dicapai tanpa campur tangan manusia untuk mengelola dan memeliharanya dengan baik. Komputer dan teknologi adalah alat terbaik untuk memperoleh dan menghasilkan informasi.³⁵

Dalam industri perbankan, penggunaan teknologi informasi (*mobile banking*) merupakan salah satu bentuk layanan yang bertujuan untuk mempermudah transaksi keuangan (perbankan) bagi nasabah. Pelayanan yang baik menimbulkan sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan kesediaan mereka untuk terus menggunakan jasa layanan perbankan. Secara umum, mobile banking mengacu pada distribusi bank untuk mengakses rekening milik

³³ Leoni, Winarto, and Mubarak. "Perilaku Konsumtif Dalam menggunakan Kartu ATM Ditinjau Dari Persepektif Islam".

³⁴ Leoni, Winarto, and Mubarak. Leoni, Winarto, and Mubarak. "Perilaku konsumtif Dalam Menggunakan Kartu ATM Ditinjau Dari Persepektif Ekonomi Islam."

³⁵ Nurul Fadhilah, "Pengaruh Layanan Atm Dan Mobile Banking (Analisis Ekonomi Islam)," *Banco* 2, no. 11 (2020): 28–45.

nasabah melalui teknologi transmisi data melalui *General Packet Radio Service* (GPRS) dengan menggunakan saluran telepon seluler atau telepon seluler (ponsel).³⁶

Mobile banking didefinisikan sebagai suatu cara bagi nasabah bank untuk secara bebas melakukan bank kapan saja, di mana saja tanpa harus mengunjungi bank secara fisik. Manfaat *mobile banking* termasuk pemindahbukuan antar bank, transfer antar bank, pertanyaan saldo rekening, dan perubahan rekening, yang dapat digunakan hingga 20 kali.³⁷ Namun fasilitas *mobile banking* ini rentan dengan adanya hacker dan mudah ke blokir.

Mobile Banking menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi perbankan. Hasil kerja sistematis dari kedua produk tersebut merupakan hasil kerja keras sebelumnya, yang berujung pada pelayanan prima dan kenyamanan bagi pelanggan dan penyedia layanan saat melakukan transaksi.³⁸ Dalam Al-Qur'an dijelaskan mengenai tata cara transaksi yang dilakukan produk berbasis teknologi untuk memudahkan nasabah yaitu diterangkan dalam surat Al- Insyirah ayat 5-6 :³⁹

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya : *Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesudah kesulitan itu ada kemudahan.*

Secara umum, bersama kesulitan ada kemudahan. Oleh karena itu, kemudahan berada dalam kesulitan ini. Kedua ayat ini menunjukkan misi nabi. Saat itu, musuh benar-benar berusaha melenyapkan nama Nabi, namun yang terjadi justru sebaliknya. Ini adalah aturan Allah.⁴⁰

Layanan produk berbasis teknologi mungkin menghadapi kendala yang melibatkan kurang maksimalnya pelayanan dan menakitkan kerugian seperti kehabisan bukti transfer dan lain-lain.⁴¹ Begitu pula pada layanan sms banking.

Menggunakan perangkat mobile seperti *mobile banking*. *Mobile banking* sekarang terutama ditawarkan melalui SMS atau internet seluler. Layanan *mobile banking* meliputi SMS banking, *mobile phone banking* dan produk lainnya. Layanan *mobile banking* adalah

³⁶ Miftahuddin and Hendarsyah, "Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis."

³⁷ Miftahuddin and Hendarsyah. "Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC Bengkalis."

³⁸ Fadhilah, "Pengaruh Layanan Atm Dan Mobile Banking (Analisis Ekonomi Islam)."

³⁹ Al-Qur'an Surat Al-Insyirah Ayat 5-6.

⁴⁰ Fadhilah, "Pengaruh Layanan Atm Dan Mobile Banking (Analisis Ekonomi Islam)."

⁴¹ Fadhilah. "Pengaruh Layanan Atm Dan Mobile Banking (Analisis Ekonomi Islam)."

penyempurnaan dari layanan *internet banking* yang menghubungkan bank dan pelanggan dari jarak jauh melalui Internet.⁴²

Keuntungan dari aplikasi *mobile banking* adalah:⁴³

- a. Aman (menggunakan PIN/ kode rahasia) dan praktis (tidak perlu membawa dan menghitung uang tunai)
- b. Memudahkan transaksi transaksi finansial maupun non finansial tanpa harus datang ke cabang bank, namun hanya menggunakan perangkat telepon seluler yang memiliki akses internet.

Direktur utama BSI, Hery Gunardi mengungkapkan adanya peningkatan transaksi melalui mobile banking didorong oleh hadirnya kebiasaan baru masyarakat Indonesia saat pandemi dan aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di e-commerce. Sejak Maret 2020 porsi transaksi BSI Mobile terus mengalami kenaikan. PT bank Syariah Indonesia Tbk (BRIS) atau BSI mencatatkan pertumbuhan transaksi pada periode Juli 2021 sebanyak 46,4 juta sehingga transaksi mobile banking mengalami kenaikan sebesar 97,4% secara tahunan. Transaksi BSI Mobile sampai dengan Juli 2021 berkontribusi paling tinggi yaitu 46% dari jumlah transaksi *e-channel*.⁴⁴

Adanya layanan *mobile banking* tentunya memberikan manfaat dan kemudian bagi penggunaannya. Melalui aplikasi yang telah terinstal di ponsel, nasabah dapat menggunakan layanan mobile banking dengan mengakses menu-menu di dalamnya. Fasilitas elektronik yang disediakan oleh pihak bank dalam fitur-fitur layanan mobile banking antara lain layanan informasi (transfer rekening, saldo, lokasi cabang/ATM terdekat dan lain sebagainya), dan layanan transaksi seperti transfer, pembayaran tagihan (air, listrik, internet, pajak, kartu kredit, zakat, asuransi, pendidikan, bpjs) serta berbagai fitur lainnya.⁴⁵

⁴² Annisa Fitria and Aang Munawar, “Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI,” *Jurnal Informatika Kesatuan* 1, no. 1 (2021): 43–52, <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>.

⁴³ Otoritas Jasa Keuangan, “*Internet Banking dan Mobile Banking*,” <https://sikapiuangmu.OJK.Go.Id/>, 2018.

⁴⁴ Khadidjah Shahnaz, Finansial “*Transaksi banking Dan Mobile Banking*,” <https://sikapiuangmu.Ojk.Go.Id/>, 2018.

⁴⁵ Nurdin et al., “*Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di bank syariah cabang palu*.”

Gambar 2. 2 Fitur BSI Mobile



Sumber : Aplikasi BSI Mobile

Gambar 2.2 tersebut menunjukkan bahwa BSI Mobile sangat menguntungkan bagi nasabah Bank BSI dengan memiliki fitur-fitur yang unik dan bermanfaat seperti : 1) Info Rekening, 2) Transfer, 3) Bayar, 4) Beli, 5) Layanan islami, 6) Berbagi Ziswaf, 7) Favorit, 8) Tarik Tunai.

Bank Syariah Indonesia memberikan kemudahan bagi anda untuk melakukan penarikan dana tunai di rekening BSI anda tanpa menggunakan kartu bank Syariah Indonesia Debit. Anda bisa menarik uang mulai dari Rp 50.000 hingga Rp 15.000.000 per harinya.

E. Internet Banking

Dengan berkembangnya teknologi dan informasi, perbankan Indonesia mulai mengenal *Internet Banking*. Ini adalah bentuk layanan perbankan elektronik dan internet. Baik bank maupun pelanggan mendapat manfaat dari fitur ini. Bank menghemat jam operasional dan pelanggan membuang waktu dan energi selain mengantri di konter dan layanan pelanggan. Interner Banking memungkinkan nasabah untuk bertransaksi secara rahasia kapan saja, di mana saja namun penggunaan Internet Banking ini perlu menggunakan pulsa data.⁴⁶

Layanan *Internet Banking* adalah transaksi perbankan yang dapat dilakukan di mana saja di ponsel Anda. *Internet Banking* adalah layanan perbankan yang membuat penambahan

⁴⁶ Annisa Fitria and Aang Munawar, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI," *Jurnal Informatika Kesatuan* 1, no. 1 (2021): 44, <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>.

dana, transfer, dan pembayaran tagihan kartu kredit semudah mengirim SMS ke teman, keluarga, dan teman dekat.⁴⁷

Internet Banking memiliki beberapa keunggulan, yaitu sebagai berikut:⁴⁸

1. Kemudahan monitoring transaksi,
2. Cetak mutasi rekening hingga 2 tahun,
3. Limit besar (limit transaksi hingga lebih 1 milyar,
4. Adanya fitur multi user dan batch transfer memudahkan melakukan transaksi apapun.

Adanya layanan Internet Banking tentu memberikan kemudahan bagi para penggunanya dengan produk dan layanan yang ada di dalamnya. Ada beberapa jenis produk dan layanan yang ada di internet banking, yaitu Individu, perusahaan, digital banking, kartu, dan lainnya.⁴⁹

Telekomunikasi adalah contoh perkembangan teknologi yang juga tersedia di sektor perbankan. Nasabah dapat melakukan transaksi dan layanan perbankan lainnya kapan saja, di mana saja. Saat ini sudah banyak bank yang menawarkan akses mobile untuk mendapatkan informasi keuangan, khususnya Bank Syariah Indonesia KCP Demak yang menawarkan layanan *internet banking, mobile banking dan SMS banking*.⁵⁰

Penggunaan teknologi Internet Banking di perbankan membuat semua transaksi dengan bank menjadi lebih nyaman, karena nasabah dapat menyelesaikan transaksi perbankan dengan satu sentuhan tombol tanpa harus bertemu langsung dengan bank. telepon, ponsel mereka, kapan saja, di mana saja.⁵¹

F. Loyalitas Nasabah

5. Pengertian Loyalitas Nasabah

⁴⁷ Annisa Fitria and Aang Munawar, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI," *Jurnal Informatika Kesatuan 1*, no. 1 (2021): 44, <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>.

⁴⁸ BSI Net.Website resmi BSI.bankbsi.co.id.

⁴⁹ BSI Net.Website resmi BSI. bankbsi.co.id.

⁵⁰ Annisa Fitria and Aang Munawar, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI," *Jurnal Informatika Kesatuan 1*, no. 1 (2021): 44, <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>.

⁵¹ Afia Susilo, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Akad Bagi Hasil Fakultas Agama Islam," 2012, 0–9.

Kualitas layanan memiliki dampak besar pada kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah memiliki dampak besar pada loyalitas nasabah.⁵² Loyalitas adalah keadaan psikologis yang berhubungan dengan sikap terhadap produk. Nasabah membentuk keyakinan, menilai suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah akan membeli suatu produk. Oleh karena itu, loyalitas nasabah adalah perilaku yang terkait dengan merek suatu produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak merek di masa mendatang.⁵³ Loyalitas juga merupakan reaksi atau akibat kepuasan nasabah sebagai implementasi dari keberhasilan pelayanan yang baik dan berkualitas.

Loyalitas nasabah atau sering diartikan sebagai kesetiaan nasabah berkelanjutan. Loyalitas nasabah merupakan kunci keberhasilan perusahaan tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga dalam jangka panjang. Seperti yang ditulis Dick dan Basu, upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan menghasilkan kesuksesan jangka panjang yang besar. Kunci untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.⁵⁴

Adanya nasabah yang loyal menjadikan keberlangsungan perbankan kedepannya dan meningkatkan profitabilitas Bank Syariah Indonesia KCP Demak.

Sikap empati pegawai bank memberikan pelayanan informasi dan pengaduan nasabah, dengan senang hati menangani transaksi nasabah, dan membantu nasabah apabila mengalami kendala transaksi atau hal-hal lain yang berkaitan dengan fasilitas pelayanan. Kesiapan untuk memperhatikan dan membantu meningkatkan persepsi pelanggan dan sikap positif terhadap layanan agensi. Ini membawa kegembiraan dan kepuasan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Berkenaan dengan empati, dalam An-Nahl ayat 90 dinyatakan:⁵⁵

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

⁵² Hendri Wijaya, Irfan Syauqi Beik, and Bagus Sartono, "Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ Di Jakarta," *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 3, no. 3 (2017): 417–26, <https://doi.org/10.17358/jabm.3.3.417>.

⁵³ Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, and Muhammad Iqbal, "Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tomang)," *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2021): 51, <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.181-192>.

⁵⁴ Heny Yuningrum, "Usaha Untuk Meningkatkan Loyalitas Toko Kelontong Dalam Menghadapi Usaha Ritel Yang Menjamur Di Masyarakat," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2016): 109–39, <https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.2.1157>.

⁵⁵ Al-Qur'an Surat An-Nahl Ayat 90.

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat ihsan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang melakukan perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

.2. Faktor- faktor dalam mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Menurut Kartajaya ada beberapa faktor Loyalitas Nasabah sebagai berikut⁵⁶ :

1) Kepuasan Pelanggan

Ketika sebuah perusahaan dapat menawarkan layanan yang melampaui itu harapan pelanggan, maka pelanggan puas. Pelanggan yang puas pasti memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk kepada pelanggan yang tidak puas.

2) Retensi pelanggan

Dalam hal ini, perusahaan berkonsentrasi upaya lebih lanjut mempertahankan pelanggan yang ada Meminimalkan jumlah pelanggan yang hilang. Selain itu diketahui bahwa biaya untuk memperoleh pelanggan baru menjadi semakin mahal dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan mempertahankan pelanggan yang ada.

3) Migrasi Pelanggan

Faktor tersebut adalah loyalitas pelanggan berada di sana jauh lebih menguntungkan daripada membiarkannya hilang atau pergi, dan kemudian mencari pelanggan baru untuk menggantikan mereka.

4) Antusiasme pelanggan

Pengalihan pelanggan akan berlanjut bahkan setelah pelanggan melakukannya puas dengan produk dan layanan perusahaan dan juga dengan program loyalitas yang ditawarkan oleh perusahaan.

5) Spiritualitas klien

Loyalitas tidak hanya terjadi dalam pikiran ingat dan gunakan produk secara mental dengan mengacu padanya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk, tetapi juga sepenuhnya menjadi bagian dari klien.

3. Karakteristik Loyalitas

⁵⁶ H. Kartajaya, Hermawan Kartajaya on Segmentation, Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2007), h.24.

Menurut (Semuel, 2012) dalam penelitian D. Marlius (2018) dalam penelitiannya “*Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan*”, pelanggan setia merupakan aset penting Pelanggan, hal ini tercermin dari karakteristiknya yaitu ⁵⁷:

- 1) *Regular buyer* (membeli secara teratur), loyalitas lebih berkaitan dengan perilaku pengambil keputusan untuk terus menerus membeli barang/jasa dari perusahaan yang dipilih. Kepuasan dengan transaksi mendorong mereka untuk membeli lagi.
- 2) Membeli dari luar lini produk atau jasa (*buying beyond the lines of service*), membeli di luar lini produk dan jasa berarti Anda ingin membeli lebih banyak produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pelanggan yang sudah mempercayai perusahaan juga mempercayai bisnis orang lain.
- 3) Merekomendasikan atau merekomendasikan toko, menarik pelanggan baru ke perusahaan (rujukan ke orang lain). Pelanggan setia secara sukarela merekomendasikan atau merekomendasikan perusahaan atau toko kepada teman dan kolega mereka.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing (*shows immunity to competition*), tidak mudah mempengaruhi daya tarik perusahaan untuk bersaing dengan produk atau jasa sejenis lainnya.⁵⁸

Karakteristik Loyalitas nasabah berdasarkan tingkat kesetiaannya, dibagi menjadi tujuh kelompok yaitu : 1) *Suspects* (tersangka), yaitu semua orang yang mungkin akan membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Mereka memiliki rasa ingin membeli, namun belum memiliki informasi apapun akan produk tersebut. 2) *Prospects* (harapan), yaitu orang-orang yang telah memiliki pengetahuan dan keinginan untuk membeli produk tertentu, namun belum melakukan pembelian. 3) *Disqualified prospects* (harapan yang tidak berkemampuan), yaitu orang yang memiliki pengetahuan dan keinginan untuk membeli, namun tidak mampu untuk melakukan pembelian karena berbagai macam halangan. 4) *First time customers* (pembeli baru), yaitu orang-orang yang baru pertama kali membeli produk tertentu. Kesan dan pelayanan yang baik bagi konsumen tahap ini dapat membuat mereka tertarik dan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang baru saja mereka beli. 5) *Repeat Customers* (pembeli berulang), yaitu orang yang sudah pernah membeli lebih dari

⁵⁷ Doni Marlius, “*Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan*,” *Jurnal Pundi* 1, no. 3 (2018): 237–50, <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>.

⁵⁸ Marlius. “*Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan*”, Th.2018. *Jurnal Pundi*. Hal, 240.

sekali. Konsumen di tahap ini biasanya sudah memiliki pengharapan lebih (*expectation*) dibandingkan sebelumnya. Konsumen pada tahap ini masih rentan untuk pindah ke produk lain apabila ada tawaran dari produk lain yang lebih menarik. 6) *Clients* (pelanggan), yaitu konsumen yang melakukan pembelian secara teratur. Konsumen sudah memiliki hubungan yang cukup erat dengan perusahaan dan membuat perpindahan ke produk lain cukup sulit. 7) *Advocates* (pendukung), yaitu konsumen yang sudah sangat setia dan memberikan rekomendasi bagi relasi mereka agar membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan. Konsumen pada tahap ini terkadang member masukan yang cukup berarti bagi perusahaan. Mereka sudah memiliki kepercayaan yang cukup tinggi akan produk yang bersangkutan.⁵⁹

4. Indikator Loyalitas Nasabah

Tjiptono mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas nasabah yaitu⁶⁰ :

1) *Repurchase* (Pembelian Ulang)

Pembelian ulang yaitu kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa adanya niat dari pelanggan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama. Hal tersebut diperoleh dari pelanggan yang puas akan pelayanan yang diberikan sehingga dapat mendorong untuk melakukan pembelian ulang (*repurchase*), menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat pelanggan tersebut membeli barang, serta menceritakan hal baik kepada orang lain.

2) Kebiasaan Transaksi

Kebiasaan transaksi adalah kegiatan nasabah yang mampu menimbulkan perubahan pada kondisi harta atau finansial suatu perusahaan bank.

3) Selalu Menyukai Produk Tersebut

Saat nasabah sangat menyukai suatu produk perbankan, maka mereka akan selalu membicarakan produk tersebut setiap hari bahkan juga akan merekomendasikan kepada orang terdekatnya untuk ikut menggunakan produk tersebut.

⁵⁹ Marlius. "*Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan*", Th.2018. Jurnal Pundi. Hal 241.

⁶⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), h. 85.

4) (Komitmen) Tetap memilih Produk tersebut

Suatu kegiatan dimana seorang nasabah memihak kepada produk tertentu yang sudah menjadi pilihannya dan mempertahankannya. Komitmen juga berarti keadaan dimana seseorang menjadi terikat oleh tindakannya sehingga bisa memunculkan keyakinan yang dapat menunjang aktivitas dan partisipasinya.

5) Yakin bahwa produk tersebut yang terbaik

Salah satu hal yang menunjukkan bahwa produk perbankan tersebut yang terbaik yaitu dengan cara berkomitmen menggunakan produk tersebut secara berkala.

6) *Refers Other* (Merekomendasikan Produk)

Satu bentuk komunikasi sekaligus promosi tidak langsung yang dilakukan oleh para nasabah atau konsumen yang sudah pernah membeli produk atau jasa yang kemudian menceritakan berbagai pengalamannya yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

Menurut Jill Griffin, indikator loyalitas nasabah adalah sebagai berikut⁶¹ :

- 1) Melakukan pembelian secara berulang dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing
- 2) Mereferensikan kepada orang lain.
- 3) Membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Sedangkan indikator loyalitas nasabah menurut Kotler yaitu⁶² :

- 1) kesetiaan terhadap produk
- 2) ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai produk
- 3) mereferensikan secara total eksistensi perusahaan

5. Loyalitas Nasabah Dalam perspektif Islam

Bagi Muamalah, loyalitas bukan hanya soal perhatian tetapi setiap orang yang berguna bagi kita adalah memperhatikan urusan syar'i yang berpedoman pada agama Islam. Selain itu, penyebaran lembaga keuangan kini telah dimulai Berbasis syariah, memudahkan

⁶¹ MM. Dr.Drs, Ngatno. *A Kajian Pustaka, Loyalitas Nasabah, and Loyalitas Nasabah*, "No Title," 2006, 13–60.

⁶² Mandong, Indah S et al. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 2017.Vol 5.h, 3210-3219.

untuk memilih kesetiaan sesuatu yang bermanfaat dan bebas dari unsur-unsur syariah. Perhatikan firman Allah dalam surat al-Maidah (05): 54-55 berikut ini:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَرْتَدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٌ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٌ عَلَى الْكُفْرِينَ ۗ
يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ۚ ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ
عَلِيمٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, barangsiapa di antara kamu yang murtad dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintainya dan mereka pun mencintai-Nya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Maha Luas (pemberian-Nya), lagi Maha Mengetahui. Sesungguhnya penolong kamu hanyalah Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman, yang mendirikan shalat dan menunaikan zakat, seraya mereka tunduk (kepada Allah).⁶³

G. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Judul	Variabel	Jenis Penelitian	Hasil
1	Pengaruh <i>Self Service Technology</i> , Kualitas Layanan, Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Di Surabaya. <i>Devi Ayu Azisyah (2016)</i>	X1= SST X2=Kualitas Layanan Y3= Hubungan Pemasaran Y = Loyalitas Nasabah	Kuantitatif	Dari penelitian tersebut didapat hasil yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari <i>Self Service Technology</i> , kualitas layanan, hubungan pemasaran, kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank

⁶³Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya, h. 117.

				BNI Surabaya.
2	<p><i>Self Service Technology</i>, Kualitas Layanan Jasa, Pemasaran Hubungan (<i>Relationship Marketing</i>) Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank BCA Kupang Jaya Surabaya.</p> <p>Redy Eko Hari Suprpto dan Rossitya Dwi Setyawardani (2023)</p>	<p>X1= <i>Self Service Technology</i></p> <p>X2= Kualitas Layanan Jasa</p> <p>X3= Hubungan Pemasaran</p> <p>Y= Loyalitas Nasabah</p> <p>Z= Kepuasan Nasabah</p>	Kuantitatif	(SST) <i>Self Service technology</i> , Kualitas layanan, hubungan pemasaran, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
3	<p>Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Dan <i>Self Service Technology</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.</p>	<p>X1= <i>Marketing Mix</i></p> <p>X2= <i>Self Service Technology</i></p> <p>Y= Loyalitas</p>	Kuantitatif	<i>Marketing mix</i> dan <i>Self Service Technology</i> berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Cabang Kediri.

	Bachriat Haniful (2020)			
4	Pengaruh <i>Self Service Technology Quality</i> Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada pelanggan Mcdonald's Di Surabaya)	X1 = <i>Self Service Technology</i> Z = Kepuasan Y = Loyalitas	Kuantitatif	<i>Self Service technology</i> memberikan dampak positif terhadap loyalitas dan kepuasan terbukti menjadi variabel mediasi.
5	Pengaruh <i>Self Service Technology Dan Customer Relationship Marketing</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah.	X1= <i>Self Service Technology</i> X2 = <i>Customer Relationship Marketing</i> . Z = Kepuasan Nasabah Y = Loyalitas Nasabah	Kuantitatif	<i>Self Service Technology</i> berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.
6.	Pengaruh <i>Marketing Mix dan Self Service Technology</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank Muamalat Cabang Kendari. Ulfa Zahraeni (2022)	X1 = <i>Marketing Mix</i> X2 = <i>Self Service Technology</i> Y = Loyalitas Nasabah	Kuantitatif	<i>Marketing Mix dan Self Service Technology</i> berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat.

7.	<p>Pengaruh <i>Self Service Technology</i>, Kualitas Pelayanan Islami Dan Relegiusitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Pembantu Nganjuk. Siti Aisyah (2022)</p>	<p>X1 = Self Service technology X2 = Kualitas Pelayanan islami X3 = Relegiusitas Y = Loyalitas</p>	Kuantitatif	<p><i>Self Service Technology</i>, Kualitas Pelayanan Islami Dan Relegiusitas berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah, hasil lain menunjukkan kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan islami berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan SST dan religiulitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas.</p>
8	<p>Pengaruh <i>E-Service Quality</i>, <i>E-trust</i>, <i>E satisfaction</i> terhadap E loyalitas nasabah perbankan Indonesia Yeni Mariana dan Jul Aidil Fadli (2022)</p>	<p>X1 = <i>E-Service Quality</i> X2 = <i>E-trust</i> X3 = <i>E-satisfaction</i> Y = E-Loyalitas</p>	Kuantitatif	<p><i>E-Service Quality</i> dan <i>E-trust</i> berpengaruh positif terhadap e loyalitas pada perbankan di Indonesia, sedangkan <i>E satisfaction</i> tidak berpengaruh positif terhadap terhadap e loyalitas pada perbankan di Indonesia. Namun secara bersama-sama variabel <i>E-Service Quality</i>, <i>E-trust</i>, <i>E</i></p>

				<i>satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap e loyaltitas pada perbankan di Indonesia.
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------

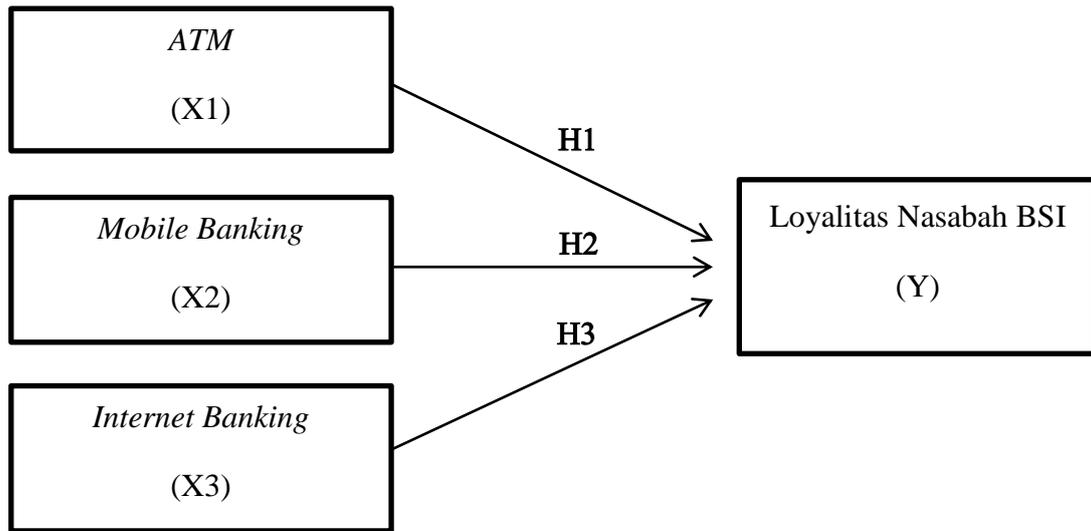
Sumber: Data Diolah peneliti, 2023

Pembaruan dalam penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu ialah terletak pada variabel Y yang kebanyakan dari peneliti terdahulu menggunakan kepuasan nasabah sebagai fokus penelitiannya. Berbeda dengan penelitian saya yang menggunakan fokus variabel Y yaitu loyalitas nasabah BSI KCP Demak. Kemudian didalam penelitian ini akan dipecah menjadi tiga bagian dari fasilitas SST yaitu ATM, Mobile banking, Dan Internet Banking sebagai variabel bebas atau variabel Independen (X). Yang mana pada penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan variabel SST secara luas.

H. Kerangka Penelitian

Kondisi meningkatnya pengguna Fasilitas SST karena loyalitas nasabah dalam menggunakan SST terdapat beberapa elemen yang berkontribusi. Penelitian ini akan mencoba menjelaskan dampak fasilitas *ATM, Mobile Banking dan Internet banking* terhadap loyalitas nasabah menggunakan fasilitas SST. Berdasarkan hal tersebut maka gambaran dari kerangka berpikir *Self Service Tekhnologi* (SST) terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Demak yaitu sebagai berikut :

Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual



Keterangan :

X1 = ATM

X2 = *Mobile Banking*

X3 = *Internet Banking*

Y = Loyalitas Nasabah

H1 = X1 berpengaruh terhadap Y

H2 = X2 berpengaruh terhadap Y

H3 = X3 berpengaruh terhadap Y

Berdasarkan kerangka tersebut, variabel *ATM*, *Mobile Banking*, *Internet Banking* diduga akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI menggunakan fasilitas *Self Service Technology*

I. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai kesimpulan yang dibuat untuk menjawab pertanyaan yang ditemukan dalam penelitian yang belum diuji secara empiris. Ini karena hipotesis masih berarti asumsi yang mungkin valid atau tidak. Berdasarkan penelitian empiris yang dilakukan

dengan mengacu pada penalaran teoritis dan dalam kaitannya dengan penggunaan penelitian di bidang ini, hipotesis berikut diajukan:

1. Pengaruh fasilitas ATM terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Demak

ATM adalah layanan melalui terminal atau mesin komputer yang digunakan oleh Bank yang dihubungkan oleh komputer lainnya melalui komunikasi data yang memungkinkan nasabah Bank untuk mengambil uang atau melakukan transaksi perbankan lainnya.⁶⁴ Dengan kata lain ATM memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi sehingga berdampak yang besar terhadap loyalitas nasabah. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Runika Kartika Sari Girsang bahwa *Self Service Technology* melalui fasilitas ATM berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

H1 : Variabel Fasilitas ATM berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas nasabah BSI KCP Demak

2. Pengaruh fasilitas *Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Demak

Mobile Banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone.⁶⁵ *Mobile Banking* merupakan suatu layanan yang berupa aplikasi digital, yang sengaja dibuat oleh suatu bank untuk mempermudah nasabah melakukan transaksi melalui smartphone. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muchriady, Muchran, dan Ainul layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

H2 : Variabel Fasilitas *Mobile Banking* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas nasabah

3. Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Demak.

Internet Banking adalah transaksi perbankan yang dapat dilakukan di mana saja di ponsel anda. *Internet Banking* adalah layanan perbankan yang membuat penambahan dana, transfer, dan pembayaran kartu kredit semudah mengirim SMS ke teman, keluarga, dan orang sekitar.⁶⁶ Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Syamsyah *Internet banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

⁶⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola kualitas layanan perbankan*, Jakarta PT Gramedia Pustaka, Th 2014, hal 235.

⁶⁵ Nelson Tampubolon Dkk, *Bijak Ber-Electronic Banking*, Jakarta : OJK, 2015, h. 13

⁶⁶ Annisa Fitria dan Aang Munawar, “ *Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI*, “ *Jurnal Informatika Kesatuan 1*, no. 1 (2021): hal, 44

H 3 : Variabel Fasilitas *Internet Banking* berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas nasabah

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau kegiatan untuk memperoleh informasi untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian juga didefinisikan sebagai pencarian ilmiah dan sistematis untuk informasi tentang topik tertentu. Penelitian, oleh karena itu, dapat didefinisikan sebagai "upaya sistematis untuk memperoleh pengetahuan baru". Penelitian juga didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memecahkan suatu masalah. Penelitian adalah bagian dari upaya pemecahan masalah.⁶⁷

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan informasi dengan tujuan dan kegunaan tertentu yaitu : 1) rasional, 2) empiris, dan 3) sistematis.⁶⁸ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, pendekatan penelitian yang merepresentasikan positivisme, dan penelitian kualitatif, pendekatan penelitian yang merepresentasikan pemahaman naturalistik (fenomenologis).⁶⁹ Pendekatan kuantitatif membuat sulit untuk mengontrol variabel lain yang mungkin secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi proses penelitian. Pemilihan sampel yang cermat, pengumpulan data, dan alat analisis juga diperlukan untuk memastikan signifikansi yang tinggi. Oleh karena itu, isu kunci dalam penelitian kuantitatif adalah kemampuan untuk menggeneralisasi temuan. Sejauh mana temuan dapat digeneralisasi? Penelitian kualitatif mempelajari proses, bukan permukaan yang terlihat, sehingga tidak mencari data untuk digeneralisasi.⁷⁰ Penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel seperti kualitas *ATM, Mobile Banking dan Internet Banking* pada loyalitas nasabah BSI KCP Demak.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Alasan penulis menggunakan metode kuantitatif adalah supaya mendapatkan gambaran umum yang lebih objektif dan terukur. Dalam tradisi kuantitatif, alat yang digunakan telah ditentukan sebelumnya dan diatur dengan baik, menyisakan sedikit peluang untuk fleksibilitas, masukan imajinatif, dan rekursi. Sebagai

⁶⁷ MM Dr. Drs. Ngatno, "Buku Ajar Metodologi Penelitian.Pdf," 2015.

⁶⁸ MM Dr. Drs. Ngatno, "Buku Ajar Metodologi Penelitian.Pdf," 2015.

⁶⁹ Mohammad Mulyadi, "Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 16, no. 1 (2013): 71, <https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160106>.

⁷⁰ Mohammad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 15, no. 1 (2013): 128, <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>.

sarana untuk melakukannya, kuesioner sering digunakan.⁷¹ Dalam penelitian ini, jelas ada hipotesis yang menguji kebenaran. Sebuah hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel. Periksa apakah suatu variabel ditugaskan ke variabel lain. atau apakah variabel tersebut disebabkan/dipengaruhi oleh variabel lain.⁷² Data kuantitatif merupakan data yang menggunakan skala numerik. Peneliti ingin menjawab dan menegaskan konsep dan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dengan fakta dan data di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel fasilitas *ATM, Mobile banking, dan Internet banking* terhadap loyalitas nasabah.

C. Sumber Penelitian

Sumber data merupakan sesuatu yang mampu memberikan informasi tentang data yang diinginkan penulis. Data dibagi menjadi dua jenis yaitu primer dan sekunder:

1. Sumber Primer

Data primer atau utama merupakan sumber data penelitian yang diambil langsung dari sumber asli (tanpa melalui perantara) dengan sistem wawancara langsung, pendapat setiap orang atau kelompok, ataupun hasil dari obyek observasi. Menurut salah satu sumber ada dua metode yang dapat dipakai saat mengumpulkan data. Cara yang pertama menjawab pertanyaan dengan metode survey langsung dan cara yang kedua dengan menggunakan metode observasi. Data primer dalam penelitian ini didapatkan langsung dengan cara menyebarkan pertanyaan (kuesioner) ke nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Demak.

2. Sumber sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang didapatkan peneliti dengan cara tidak langsung, namun lewat media perantara (didapatkan dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder menggunakan bahan yang diperoleh dari sumber aslinya untuk memperoleh data atau informasi untuk mengatasi masalah yang diteliti. Data sekunder yang diperoleh penulis dalam penelitian ini meliputi: literature, buku, jurnal dan data atau media online yang digunakan sebagai tambahan pendukung dalam informasi ini.

D. Populasi dan Sampel

⁷¹ Mulyadi. "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 15, no. 1 (2013): 128, <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>

⁷² Mulyadi. "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 15, no. 1 (2013): 128, <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>

1. Populasi

Populasi adalah satuan individu atau benda dalam suatu wilayah dan waktu yang mengamati/mempelajari sifat-sifat tertentu.⁷³ Populasi juga bisa diartikan sebagai daerah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai karakteristik tertentu untuk ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini didapat dari jumlah nasabah BSI KCP Demak pengguna *ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking* yang berjumlah 14.000 users.⁷⁴

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diuji sebagai bagian "perwakilan" dari populasi.⁷⁵ Pengambilan sampel ini digunakan karena populasi yang diteliti sangat besar sehingga membatasi kemampuan peneliti untuk menjangkau seluruh populasi. Dengan demikian, peneliti harus menggunakan istilah lain untuk sampai pada sampel, dan sampel harus berarti bagian dari populasi atau bertindak sebagai perwakilan dari populasi. Penelitian yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan untuk populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berarti probabilistik sampling. Pengambilan sampel probabilistik mengacu pada teknik pengambilan sampel yang memberikan semua anggota populasi kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Dengan menggunakan teknik simple random sampling, sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan kelas populasi. Setiap unit sampling adalah anggota terkecil dari populasi dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel atau mewakili populasi.⁷⁶

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu bagian dari nasabah BSI KCP Demak. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sampling atau teknik acak sederhana yaitu teknik penarikan sampel yang paling mudah dilakukan karena dilakukan tanpa memperhatikan strata yang ada dalam jumlah populasi. Untuk penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengukur sampel yaitu teknik solving.

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

Keterangan :

⁷³ Supardi Supardi, "Populasi Dan Sampel Penelitian," *Unisia* 13, no. 17 (1993): 100–108, <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>.

⁷⁴ Yenny Agung, Branch Operational Service Manager, wawancara penelitian, 04 januari 2023

⁷⁵ Supardi, "Populasi Dan Sampel Penelitian."

⁷⁶ Edy Supriyadi, "SPSS+Amos", Jakarta : In Media, 2014, hlm. 20

N = Jumlah sampel yang digunakan

N = Jumlah populasi nasabah pengguna *ATM, Mobile banking, Internet Banking* BSI KCP Demak

e = presentasi kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebanyak 10%

Dengan memakai rumus sloving agar penulis bisa mengetahui berapa jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{14.000}{1 + (14.000 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{14.000}{1+(14.000 \times 0,01)} = \frac{14.000}{1+140} = \frac{14.000}{141}$$

$$n = 99,2m \text{ (Dibulatkan menjadi 100)}$$

Sesuai yang sudah dihitung menggunakan rumus diatas, maka hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa jumlah sampel yang akan digunakan adalah 100 responden.

E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data, kemudian mengolah dan menganalisis data tersebut untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan, menyesuaikan dengan pendekatan penelitian yang digunakan.⁷⁷ Dalam penelitian ini penulis menggunakan salah satu teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner merupakan sebuah teknik menghimpun data dari sejumlah orang atau responden melalui seperangkat pertanyaan untuk dijawab. Dengan memberikan daftar pertanyaan tersebut, jawaban-jawaban yang diperoleh kemudian dikumpulkan sebagai data. Kemudian, data diolah dan disimpulkan menjadi hasil penelitian. Maka diharapkan para responden memberikan jawaban yang positif atas pertanyaan dari kuesioner online.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan tentang definisi operasional suatu variabel dalam penelitian yang sangat penting untuk memberikan arti tertentu atau memberikan suatu operasi yang diperlukan untuk mengukur variabel tertentu.

⁷⁷ Mulyadi, "Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian."

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel

NO	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala	Sumber
1	ATM (X1)	ATM adalah alat elektronik yang merupakan fasilitas bagi nasabah bank dalam menarik uang dan melakukan penecikan jumlah saldo dalam rekenin tabungan mereka dengan mudah tanpa perlu bantuan dari karyawan bank.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>Reability</i>) 2. Daya tanggap (<i>Responsive neiness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empaty</i>) 5. Keadaan fisik (<i>Tangibles</i>) 	Likert	Iqbal et al (2018) dan Manjhi (2017)
2	<i>Mobile Banking</i> (X2)	<i>Mobile Banking</i> adalah sebagian fasilitas dari perbankan yang menggunakan jaringan komunikasi seperti handphone, dan memiliki fitur yang 90% sama dengan ATM, juga dapat digunakan untuk penarikan tunai.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>Reability</i>) 2. Daya tanggap (<i>Responsivenein ess</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empaty</i>) 5. Keadaan fisik (<i>Tangibles</i>) 	Likert	Iqbal et al (2018) dan Dharmawan (2019)

3	<i>Internet Banking</i> (X3)	<i>Internet Banking</i> adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui Internet. Apakah ada perusahaan perbankan yang menggunakan teknologi internet sebagai alat untuk bertransaksi dan memperoleh informasi lainnya melalui website bank.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (<i>Reability</i>) 2. Daya tanggap (<i>Responsive neiness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empaty</i>) 5. Keadaan fisik (<i>Tangibles</i>) 	Likert	Iqbal et al (2018) dan Dharmawan (2019)
4	Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas Nasabah merupakan kecenderungan perilaku yang diharapkan oleh bank syariah atas nasabahnya dimana nasabahnya tetap setia pada bank syariah	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Repurchase</i> (Pembelian Ulang) 2. Kebiasaan Transaksi 3. Selalu Menyukai Produk Tersebut 4. Komitmen (Tetap memilih Produk tersebut) 5. Yakin bahwa produk tersebut yang terbaik 6. <i>Refers Other</i> (Merekomendasikan Produk) 	Likert	Fandy Tjiptono (2005)

G. Indikator Penelitian

Dalam mengukur suatu variabel dalam penelitian maka digunakan indikator penelitian. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Yang termasuk dalam variabel independen yakni fasilitas *ATM, Mobile Banking, Internet Banking*. Sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Demak dalam menggunakan fasilitas *Self Service Technology*. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah berupa kuesioner atau yang disebut dengan angket berisikan pertanyaan yang diperoleh oleh jurnal penelitian yang

telah ada sebelumnya. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan interval (skala likert), yaitu pada masing-masing pertanyaan terdapat skor dengan bobot 1 sampai 5. Dengan keterangan bahwa

nilai 1 : sangat tidak setuju dan nilai 5 : sangat setuju.

Sangat tidak setuju **1** **2** **3** **4** **5** sangat setuju

Bobot dari masing-masing pertanyaan yaitu sebagai berikut :

1. Sangat Setuju : 5
2. Setuju : 4
3. Netral : 3
4. Tidak Setuju : 2
5. Sangat Tidak setuju : 1

Item Pertanyaan

Variabel	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
Fasilitas ATM (X1)	Belajar menggunakan ATM itu mudah bagi saya					
	Fasilitas ATM dapat melayani kebutuhan nasabah 24 jam					
	Fungsi yang disediakan ATM sangat berguna untuk melakukan transaksi					
	Mesin ATM mudah digunakan dan					

	dioperasikan					
	ATM menyediakan cara yang nyaman untuk melakukan transaksi					
Fasilitas <i>Mobile Banking</i> (X2)	Fitur yang disediakan <i>Mobile Banking</i> memenuhi kebutuhan transaksi nasabah					
	Fasilitas <i>Mobile Banking</i> dapat melayani kebutuhan nasabah 24 jam					
	Fasilitas <i>Mobile Banking</i> tidak pernah error					
	Fasilitas <i>Mobile Banking</i> dapat diandalkan					
	Fasilitas <i>Mobile Banking</i> dapat diakses diluar jam operasional kerja bank					
Fasilitas <i>Internet Banking</i> (X3)	Fasilitas <i>Internet Banking</i> membuat nasabah dapat melakukan transaksi secara personal					
	Fasilitas <i>Internet Banking</i> dapat melayani kebutuhan nasabah 24 jam					
	Fasilitas <i>Internet Banking</i> aman digunakan					
	Fasilitas <i>Internet Banking</i> dapat diandalkan					
	Fasilitas <i>Internet Banking</i> memberikan kebebasan berinteraksi kapan saja dan dimana saja					
Loyalitas Nasabah (Y)	Saya akan terus menabung seacara berkesinambungan di BSI KCP Demak					
	Saya merasa nyaman atas pelayanan dan produk BSI KCP Demak					
	Saya akan selalu menggunakan					

	produk yang digunakan BSI KCP Demak					
	Saya tidak akan terbujuk oleh promosi pelayanan dari bank lain.					
	Saya akan menggunakan produk lain yang digunakan BSI KCP Demak					
	Saya akan mampu menyampaikan kepada orang lain kebaikan-kebaikan mengenai produk dan jasa di BSI KCP Demak					

H. Teknik Analisis Data

Analisis korelasi parsial, yaitu analisis korelasi antara dua variabel dengan menggunakan variabel lain yang disebut berpengaruh (konstanta terencana). Hal ini dikarenakan faktor lain tidak menentukan korelasi antara kedua variabel tersebut. Hasil analisis memberikan koefisien korelasi Analisis korelasi parsial, yaitu. analisis korelasi antara dua variabel dengan mengendalikan variabel lain yang disebut berpengaruh (*constant design*). Hal ini dikarenakan faktor lain tidak menentukan korelasi antara kedua variabel tersebut. Hasil analisis mendapatkan koefisien korelasi yang menjelaskan apakah korelasi tersebut erat atau tidak, arah hubungannya, dan signifikan atau tidaknya korelasi tersebut. Data yang digunakan adalah kuantitatif (tipe interval atau rasio). Asumsi di balik analisis korelasi parsial adalah distribusi data normal. Pengujian data berdistribusi normal dengan uji normalitas yaitu. H. uji normalitas, menjelaskan apakah korelasinya erat atau tidak, arah hubungannya, dan signifikan atau tidaknya korelasi tersebut. Data yang digunakan adalah kuantitatif (tipe interval atau rasio). Asumsi di balik analisis korelasi parsial adalah distribusi data normal. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak digunakan uji normalitas yaitu uji normalitas.

1. Uji Instrumen

Pengujian alat dilakukan untuk menganalisis data yang dipelajari secara sistematis. Tujuan analisis data adalah untuk menemukan makna yang terkandung pada data. Dengan itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu cara dalam mengukur kebenaran dari suatu kuesioner dengan memerhatikan dari setiap item pertanyaan yang diharapkan bisa menghasilkan sebuah data yang dapat diukur.⁷⁸ Uji validitas berguna untuk melihat atau mengukur apakah suatu indikator dari beberapa variabel tersebut valid atau tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan guna membuktikan bahwa pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti sesuai dengan fakta dan kenyataan yang terjadi sebenarnya.⁷⁹ Pengujian ini juga dilaksanakan untuk mengetahui item kuesioner yang disebar apakah valid atau tidak. Apabila semua item pencarian valid, maka semuanya dapat digunakan.⁸⁰ Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai signifikansi (α) = 0,25, jika r hitung > r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut bisa dikatakan valid. Jika r hitung < r tabel maka variabel tersebut dianggap tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dapat digunakan untuk menghitung suatu kuesioner yang juga merupakan indikator dari suatu variabel. Saat indikator dari variabel kuesioner disebut reliabel jika memiliki konsistensi dan stabilitas dari waktu ke waktu.⁸¹ Dasar pengambilan dalam uji reliabilitas yakni:

1. Apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka diartikan bahwa kuesioner tersebut sudah konsisten atau reliabel.
2. Apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka diartikan bahwa kuesioner tersebut tidak konsisten atau tidak reliabel.

I. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik ini digunakan untuk menguji layak atau tidaknya suatu model apabila digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini berguna untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas Data

⁷⁸ Ghozali .2016. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMSPSS (ke-9th Ed.)*".Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

⁷⁹ Sugiyono, *Statiska untuk penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2009. Hal.117

⁸⁰ Ghozali.2016. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Ke-9th Ed.)*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

⁸¹ Ibid.

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah seluruh data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari sebaran data pada histogram plot dan titik-titik pada garis normal P. Uji yang digunakan penguji untuk mengetahui normal atau tidak normalnya sebuah data yang akan dianalisis biasanya menggunakan uji normalitas data.⁸² Berdasarkan kegunaannya tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengujian normalitas dalam penelitian berguna untuk mengetahui data telah terdistribusi aecR normal yang mana data telah tersebar secara menyeluruh untuk mewakili dari populasi. Data dapat dikatakan normal jika bersifat simetris.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui tidak ada hubungan korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam suatu linear berganda. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika pada uji multikolinieritas mengalami sebuah masalah multikol maka metode yang tepat dilakukan yaitu metode RR (*Ridge Regression*). Ada kalanya uji multikolinieritas tetap dipertahankan jika nilai VIF tinggi hanya pada variabel kontrol, sedangkan pada variabel interest, nilai VIF rendah.

Dalam melakukan uji multikolinieritas menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas Menurut Ghazali dalam model regresi yakni sebagai berikut⁸³:

1. Apabila nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 maka dapat dikatakan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas.
2. Apabila nilai tolerance $\geq 0,1$ maka dapat dikatakan bahwa model regresi bebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah sampel regresi memiliki persamaan varian yang diturunkan dari residual dan mengidentifikasi perbedaan varians dari residual dalam pengamatan satu dengan pengamatan lain. Contoh regresi yang baik adalah model regresi yang tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode pengujian yaitu uji Spearman's rho, uji

⁸² Suharismi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal.301.

⁸³ Husein Umar, *Metode penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: rajawali Pers. 2009, h,177

Park, uji Glejser dan melihat pola titik pada plot pencar regresi menurut Priyatno. Pada penelitian ini, metode Spearman's Rho digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi antar variabel bebas menggunakan residual lebih besar dari 0,25 maka dapat disimpulkan bahwa contoh regresi tidak memiliki masalah histeresis. Namun, jika nilai signifikansi per indikator kurang dari 0,25, berarti model regresi tersebut memiliki masalah heteroskedastisitas, hal ini juga berarti apabila signifikansinya lebih 0,25 maka penelitian dapat dilakukan.⁸⁴

J. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yakni ukuran yang digunakan dalam menentukan seberapa baik suatu model dapat menjelaskan perbedaan variabel dependen, juga merupakan pengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat dalam bentuk presentase. Adapun nilai Koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1. Model regresi dengan koefisien determinasi yang mendekati 1 merupakan model yang baik, hal tersebut terjadi karena hampir semua variabel mampu menjelaskan varian dari variabel dependen.⁸⁵ Uji Koefisien determinasi menentukan seberapa besar implementasi variabel independen (Fasilitas *ATM*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*) terhadap variabel dependen (Loyalitas Nasabah BSI KCP Demak).

K. Uji Simultan

Uji ini bertujuan untuk melihat seluruh variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen/terikat secara bersama. Sehingga kriteria uji F yakni: Berdasarkan nilai Sig. Dari output berarti menunjukkan bahwa⁸⁶:

- a. Apabila nilai Sig. < 0,25, berarti hipotesis diterima.
- b. Apabila nilai Sig. > 0,25, berarti hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan F hitung dengan F tabel :

- a. Apabila nilai F hitung > F tabel, maka hipotesis diterima.
- b. Apabila nilai F hitung < F tabel, maka hipotesisnya ditolak.⁸⁷

L. Uji Parsial (t)

⁸⁴ Husein Umar, *Metode penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Jakarta: rajawali Pers. 2009, h,11

⁸⁵ Mudrajad kuncoro, *Metode Kuantitatif*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2018, h. 109

⁸⁶ Mudrajad kuncoro, *Metode Kuantitatif*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2018, h.108

⁸⁷ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBMSPSS 25(Ke-9th Ed.)*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hal.97.

Uji t atau parsial yakni contoh prosedur uji parametrik. Adapun Tujuan statistik uji-t yakni menentukan seberapa besar varian dalam variabel dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh pengaruh variabel independen⁸⁸

Uji t ini digunakan untuk mengetahui hasil pencarian seberapa sering dapat terjadi secara kebetulan dan juga untuk melihat apakah semua faktor independen dapat berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Maka dari itu, dilakukan uji t untuk melihat dan mengetahui apakah variabel Fasilitas SST ATM (X1), Fasilitas *Mobile Banking* (X2), Fasilitas *Internet Banking* (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Demak(Y). Uji t ini untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua cuplikan (sampel). Analisis ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh suatu pelaksanaan yang dikenakan pada kelompok objek penelitian.

M. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda merupakan uji yang biasa digunakan dalam mencari pola hubungan antara satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas.⁸⁹ Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang terdiri dari satu variabel dependen (loyalitas nasabah) dan tiga variabel independen (*ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking*). Model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

A = Konstanta

β_1 = Koefiesn Regresi X1

X1 = ATM

β_2 = Koefisien Regresi X2

X2 = *Mobile Banking*

β_3 = Koefisien Regresi X3

⁸⁸ Mudrajad kuncoro, Metode Kuantitatif, Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 2018, h.107

⁸⁹ Robert Kurniawan, *Analisis Regresi dasar dan Penerapannya dengan R*, (Jakarta : Kencana, 2016), hal.95.

$X_3 = \textit{Internet Banking}$

$e = \text{Standar Error}$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Bank Syariah Indonesia Didirikan Pada Tanggal 19 Jumada Al-Akhir 1442 H atau Bertepatan Dengan Tanggal 1 Februari 2021. tanggal tersebut merupakan tanggal dimana Bank Mandiri Syariah , BNI Syariah, BRI Syariah melebur menjadi satu entitas yaitu pt. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). penggabungan ketiga bank tersebut diharapkan dapat mengkonsolidasikan keunggulan sehingga dapat menawarkan layanan yang lebih lengkap, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik. Dengan dukungan perusahaan induk (Mandiri, BNI Dan BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian badan usaha milik negara, perbankan indonesia yang sah semakin berani bersaing secara global. keberadaan bank syariah indonesia merupakan gambaran wajah perbankan syariah modern dan global yang menawarkan kebaikan bagi seluruh alam (Rahmatan Lil Alamin).

Visi Bank Syariah Indonesia yaitu menjadi top 10 Global Islamic Bank, menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun, kemudian untuk misi dari Bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

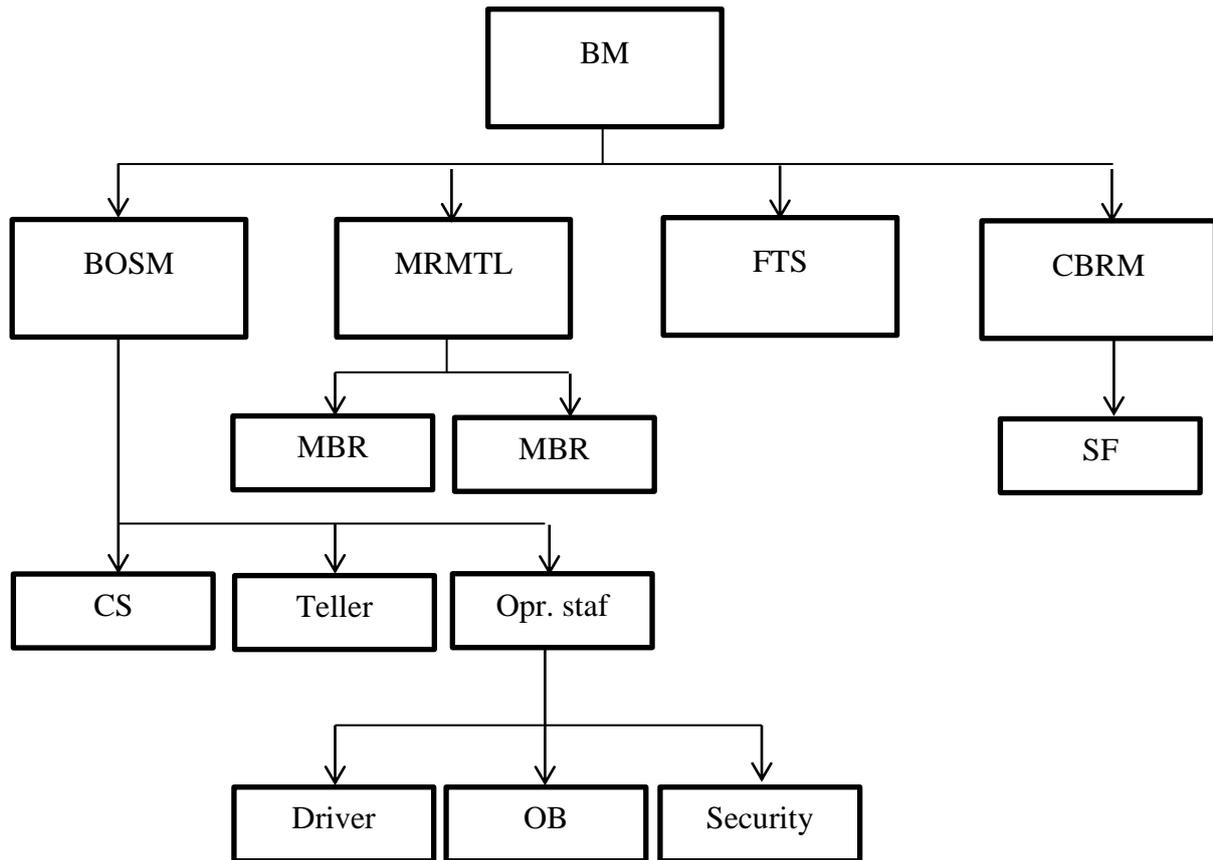
1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitabilitas di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB > 2).
3. Menjadi Perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kerja.

Proses penyampaian layanan oleh SST dapat memicu loyalitas karena konsumen merasa bahwa mereka adalah bagian dari proses pemberian layanan.⁹⁰ SST bertujuan untuk memberikan fasilitas layanan mandiri kepada nasabah seperti *ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking*. Dengan hal tersebut menjadi sesuatu yang positif bagi perbankan sehingga nasabah sering menggunakan fasilitas dari SST tersebut. Semakin sering menggunakan

⁹⁰ Rosyidah and Andjarwati, "Pengaruh Self-Service Technology Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald'S Di Surabaya)."

fasilitas SST , nasabah akan mengalami kepuasan tersendiri dari manfaat dari fasilitas SST sehingga membuat nasabah menjadi loyal terhadap perbankan. Dalam hal ini semakin baik fasilitas yang diberikan SST yang diberikan oleh perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia KCP Demak maka akan mempengaruhi perilaku nasabah kedepannya. Dapat disimpulkan bahwa fasilitas SST sangat penting dan berpengaruh signifikan antara SST dan Loyalitas nasabah.⁹¹

Struktur Organisasi BSI KCP Demak



Keterangan⁹² \

- BM (*Branch Manager*) = Parwi
- BOSM (*Branch Operational Service Manager*) = Yenny Agung Asdn
- MRMTL (*Micro Relationship Manager Team Leader*) = Samsul Amin
- FTS (*Funds And Transaction Staff*) = Elita Dwi Sejati

⁹¹ Rosyidah and Andjarwati." Pengaruh Self-Service Technology Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald'S Di Surabaya).

⁹² Yenny Agung. Branch Operational Service Manager BSI KCP Demak.wawancara penelitian.04 Januari 2023.

CBRM (<i>Consume Bussiness Relation Manager</i>)	= Teguh Widodo
CS (<i>Customer Service</i>)	= Tri Hartanto Budi P
Teller	= Indar R
Opr Staf (<i>Operation Staff</i>)	= Syafi'i Manan
MBR	= Abrozunnaim
MBR	= Edy Iswanto
SF (<i>Standing Facilities</i>)	= Farida
Driver	= Muh. Rifai
OB (<i>Office Boy</i>)	= Dwi Iriyanto
Security	= Taufiqurrohman & Jalmono

B. Analisis Deskripsi Responden

Deskripsi ini menjelaskan responden dan menggambarkan karakteristik masing masing responden yang digunakan dalam melakukan analisi penelitian. Beberapa ketentuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, Usia, pekerjaan, dan terakhir pendapatan perbulan. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian Penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah BSI KCP Demak. Pembagian kuesioner ini dilakukan pada tanggal 6 januari sampai dengan tanggal 17 Januari 2023, setelah data terkumpul peneliti langsung mengolah data menggunakan aplikasi SPSS 24:

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan. Dapat diketahui jumlah responden dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	51	50.05.00	51.00.00	51.00.00
	Perempuan	49	48.05.00	49.00.00	100.00.00

	Total	100	99.00.00	100.00.00	
Missing	System	1	01.00		
Total		101	100.00.00		

Sumber : Data primer diolah, 2023

Pada tabel 1 diatas, dari 100 orang responden diketahui jumlah responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 51 orang atau 51,0% sedangkan untuk perempuan berjumlah sebanyak 49 orang atau 49,0% pengguna SST (fasilitas ATM, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking*).

b. Usia

Berdasarkan pengelompokan usia Nasabah Bank BSI KCP Demak karakteristik responden dapat kita lihat hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4. 2

Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25	49	48.05.00	49.00.00	49.00.00
	25-35	22	21.08	22.00	71.00.00
	35-45	12	11.09	12.00	83.00.00
	>45	17	16.08	17.00	100.00.00
	Total	100	99.00.00	100.00.00	
Missing	System	1	01.00		
Total		101	100.00.00		

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Pada tabel 4.2 tersenut diketahui karakteristik responden terbanyak ada pada usia 15-25 tahun dengan presentase 49,0%, kemudian usia 25-35 tahun sebanyak 22,0%, lalu usia >45 tahun sebanyak 17 dengan presentase 17,0 %, dan selanjutnya pada umur 35-45 tahun sebanyak 12 dengan presentase 12,0%.

c. Pekerjaan

Pengelompokan nasabah selanjutnya berdasarkan pada pekerjaan nasabah di BSI KCP Demak. Tabel di bawah ini merupakan hasil data responden berdasarkan pendidikan :

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 500.000 - Rp 2.000.000	42	41.06.00	42.00.00	42.00.00
	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	33	32.07.00	33.00.00	75.00.00
	> Rp 5.000.000	25	24.08.00	25.00.00	100.00.00
	Total	100	99.00.00	100.00.00	
Missing	System	1	01.00		
Total		101	100.00.00		

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Pada tabel 4.3 diatas , diketahui responden dengan pekerjaan yang paling banyak menggunakan SST berjumlah 33 oran atau 33% adalah Mahasiswa/Pelajar. Selanjutnya responden dengan pekerjaan lainnya seperti guru swasta dll sebanyak 27 orang atau 37%, Pengusaha sebanyak 22 orang atau 22% , lalu PNS sebanyak 12 orang atau 12%, dan selanjutnya yang paling sedikit adalah pekerjaan sebagai petani yaitu sebanyak 6 orang atau 6%.

d. Pendapatan Perbulan

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 500.000 - Rp 2.000.000	42	41.06.00	42.00.00	42.00.00
	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	33	32.07.00	33.00.00	75.00.00
	> Rp 5.000.000	25	24.08.00	25.00.00	100.00.00
	Total	100	99.00.00	100.00.00	
Missing	System	1	01.00		
Total		101	100.00.00		

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Pada tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa responden dengan pendapatan antara Rp 500.000- Rp 2.000.000 merupakan pengguna *ATM, Mobile Banking, Internet Banking* terbanyak di BSI KCP Demak, kemudian terbanyak kedua yaitu pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000 sebesar 33%, selanjutnya pendapatan > 5.000.000 sebesar 25%.

C. Analisis Data dan Interpretasi Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Dalam mengetahui kegunaan elemen pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel dapat dilakukan dengan uji validitas. Alat untuk setiap item pertanyaan dianggap valid jika r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966) dan nilai r positif. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 24 untuk mengolah data.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R tabel	R hitung	Keterangan
<i>ATM</i> (X1)	X1.1	0,1966	0,660	VALID
	X1.2	0,1966	0,574	VALID
	X1.3	0,1966	0,563	VALID
	X1.4	0,1966	0,713	VALID
	X1.5	0,1966	0,714	VALID
<i>Mobile Banking</i> (X2)	X1.1	0,1966	0,733	VALID
	X1.2	0,1966	0,703	VALID
	X1.3	0,1966	0,689	VALID
	X1.4	0,1966	0,751	VALID
	X1.5	0,1966	0,845	VALID
<i>Internet Banking</i> (X3)	X1.1	0,1966	0,822	VALID
	X1.2	0,1966	0,879	VALID
	X1.3	0,1966	0,811	VALID
	X1.4	0,1966	0,837	VALID
	X1.5	0,1966	0,797	VALID
<i>Loyalitas</i> <i>Nasabah</i>	Y1.1	0,1966	0,833	VALID
	Y1.2	0,1966	0,836	VALID

(Y)	Y1.3	0,1966	0,880	VALID
	Y1.4	0,1966	0,682	VALID
	Y1.5	0,1966	0,878	VALID
	Y1.6	0,1966	0,803	VALID

Sumber : Data olah SPSS 2023

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 21 total pertanyaan dari variabel *ATM, Mobile Banking, Internet Banking* dan *Loyalitas Nasabah* bisa dikatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel 0,196 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel valid. Sehingga data yang di digunakan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji kuesioner dengan tujuan mengetahui instrumen tersebut dapat dipercaya. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui *Reliability Statistic* pada detail *Cronbach Alpha* dalam perhitungan SPSS 24. Suatu variabel dapat dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Reliability Coeficients</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>ATM</i>	5	0,753	Reliable
<i>Mobile Banking</i>	5	0,785	Reliable
<i>Internet Banking</i>	5	0,802	Reliable
Loyalitas Nasabah	6	0,811	Reliable

Sumber : Data Olah SPSS 2023

Melalui tabel 4.6 di atas diketahui bahwa variabel *ATM, Mobile Banking, Internet Banking* dan *Loyalitas Nasabah* memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) maka bisa dikatakan *reliable*.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Untuk mengetahui data populasi dalam penelitian ini bedistribusi normal atau tidak suatu data. Uji normalitas dalam penelitian ini penulis melakukan menggunakan 2 metode. Metode

pertama yaitu menggunakan uji nilai Kolmogrov-Smirnov. Metode kedua P-Plot pada output SPSS.

Tabel 4.7 Hasil Uji Kolmogrof Smirnov

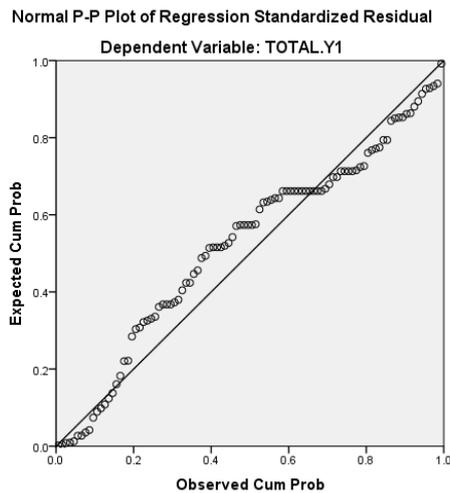
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	13.8000000
	Std. Deviation	1.91022247
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.031
	Negative	-.044
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.251 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data Olah SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.6 Interpretasi terhadap nilai Kolmogrov- Smirnov dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi dan membandingkan dengan α (0,25). Pada tabel hasil output SPSS di atas didapatkan nilai Kolmogrov-Smirnov sebesar 0,251 > 0,25 sehingga dapat dikatakan data berdistribusi normal. Untuk memperjelas dapat dilihat pada Normal P-Plot dibawah ini:

Gambar 4. 1 Hasil Uji P-Plot



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan gambar nomor 4.1 di atas dapat diambil kesimpulan bahwa hasil uji normalitas pada gambar P-Plot nilai residual berdistribusi normal. Titik-titik pada P-Plot mengikuti garis diagonalnya, maka dan dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik normalitas terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna untuk mengetahui bagaimana model regresi pada suatu penelitian, apakah memiliki korelasi antara variabel independen atau tidak. Jika regresi yang dihasilkan kurang bagus maka hal itu termasuk terjadi gejala multikolinearitas. Hal ini karena variabel pada suatu penelitian digunakan dapat menghasilkan parameter serupa yang menyebabkan mereka saling berkaitan, sehingga dapat saling mengganggu. Dalam uji multikolinearitas nilai Tolerance dan *Variance Inflation Faktor* (VIF) dapat dilihat. Jika nilai Tolerance > 0,10 maka gejala multikolinearitas tidak terjadi, sedangkan nilai Tolerance < 0,10 terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.537	5.648		2.220	.029		
	TOTAL.X1	.404	.271	.106	1.491	.139	.721	1.387
	TOTAL.X2	.867	.122	.561	7.095	.000	.587	1.704
	TOTAL.X3	.386	.109	.264	3.543	.001	.659	1.517

a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

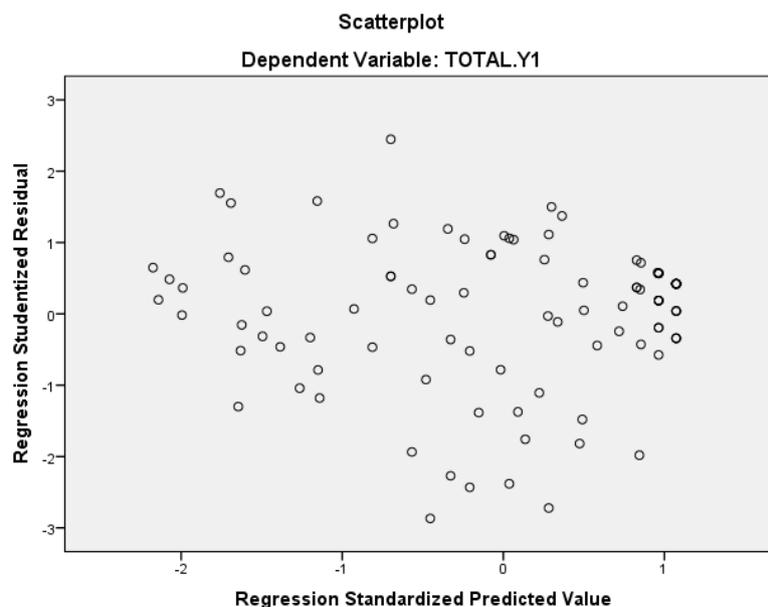
Sumber : Data Olah SPSS

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, diketahui bahwa variabel (X1) yaitu ATM mempunyai nilai tolerance sebesar 0,721 dan nilai VIF 1,387. Variabel *Mobile Banking* (X2) nilai tolerance sebesar 0,587 dan nilai VIF sebesar 1.704. Kemudian variabel *Internet Banking* (X3) nilai tolerance sebesar 0,659 dan nilai VIF sebesar 1,517. Tabel diatas menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel bebas didapatkan hasil nilai tolerance lebih besar dari $> 0,1$ dan nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance atau pengamatan satu ke pengamatan lain maka dilakukanlah. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas, tidak heterokedastisitas. Dapat kita lihat hasil uji scatter plot dibawah ini :

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan Gambar 4.2 di atas terlihat bahwa sebaran titik-titik yang dihasilkan bersifat acak, tidak membentuk pola dan sebarannya berada di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heterokedastisitas. Hal ini berarti tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik heterokedastisitas pada model regresi yang dibuat.

E. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji tingkat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Nilai t-tabel dapat dilihat pada tabel statistik untuk signifikansi 0,25 karena hipotesis yang dipakai adalah pengujian satu arah atau one tailed, maka tetap menggunakan signifikansi 0,25 dengan $df = n-k$. Dimana k = jumlah variabel (variabel bebas + variabel terikat) dan n = jumlah sampel pembentuk regresi. Adapun hipotesis yang digunakan adalah: $df = 100-4 = 96$. Hasil didapatkan untuk t- tabel adalah 0.677.

H_0 = Variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

H_1 = Variabel X berpengaruh signifikan terhadap signifikan terhadap variabel Y.

Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal itu menunjukkan koefisien regresi berpengaruh signifikan. Sedangkan $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 ditolak, hal itu menunjukkan bahwa koefisien regresi tidak berpengaruh signifikan

Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan aplikasi SPSS 24 dalam penelitian ini menunjukkan hasil uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.537	5.648		2.220	.029		
	X1	.404	.271	.106	1.491	.139	.721	1.387
	X2	.867	.122	.561	7.095	.000	.587	1.704
	X3	.386	.109	.264	3.543	.001	.659	1.517

a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

Sumber : Data olah SPSS 2023

Uji parsial (t-test) berdasarkan n tabel 4.10 dalam menguji hipotesis diketahui jika dipakai secara individual antara variabel independen X1, X2, X3 dan Y secara parsial terikat pengaruh signifikansi terhadap variabel dependen Y. Berdasarkan tabel hasil uji t diatas maka dapat diuraikan :

- 1) Pengaruh ATM terhadap Loyalitas nasabah

Berdasarkan tabel diatas nilai T hitung yang didapatkan dari variabel ATM yaitu sebesar 1.491 dengan nilai T tabel 0.677. Hal ini menunjukkan bahwa T hitung $1491 > T \text{ tabel } 0.677$ dan nilai Sig $0.139 < 0.25$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulannya ATM berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2) Pengaruh *Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan tabel diatas nilai T hitung yang didapatkan dari variabel Mobile Banking yaitu sebesar 7.095 dengan nilai T tabel 0.677. Hal ini menunjukkan bahwa T hitung $7.095 > T \text{ tabel } 0.677$ dan nilai $0.000 < 0.25$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulannya Mobile Banking berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

3) Pengaruh *Internet Banking* terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan tabel diatas nilai T hitung yang didapatkan dari variabel Internet Banking yaitu sebesar 3.543 dengan nilai T tabel 0.677. Hal ini menunjukkan bahwa T hitung $3.543 > T \text{ tabel } 0.677$ dan nilai $0.001 < 0.25$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulannya *Internet Banking* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

c. Uji F (Simultan)

Uji F mempunyai tujuan melihat apakah seluruh variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat) dengan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 = \text{ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking}$ tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan fasilitas SST pada BSI KCP Demak.

$H_4 = \text{ATM, Mobile Banking, dan Internet Banking}$ berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan fasilitas SST pada BSI KCP Demak.

Pengambilan keputusan uji f sebagai berikut :

$H_0 = H_0$ ditolak apabila f hitung $< f \text{ tabel}$ atau nilai sig $> 0,25$

$H_4 = H_4$ diterima apabila f hitung $< f \text{ tabel}$ atau nilai sig $> 0,25$

Dari hasil pengolahan data melalui program SPSS di dapat tabel berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji F-Statistik (Simultan)

ANOVA ^a

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	1.239.133	3	413.044	58.843	.000 ^b
	Residual	673.867	96	7.019		
	Total	1.913.000	99			
a. Dependent Variable: TOTAL.Y1						
b. Predictors: (Constant), TOTAL.X3, TOTAL.X1, TOTAL.X2						

Sumber : Data olah SPSS

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil perhitungan menunjukkan bahwa F hitung sebesar 58.843 dengan tingkat signifikan 25% dan df (n-k-1) $100-4-1= 97$ maka didapatkan f tabel 2.699. Signifikasi sebesar 0.000^b. Nilai F hitung (58.843) yang lebih besar dari F tabel (2.699) dan Sig F (0.000^b) yang lebih kecil dari (0,25) menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang berarti bahwa secara bersama-sama variabel ATM (X1), *Mobile Banking* (X2), *Internet Banking* (X3), berpengaruh secara simultan terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y) sehingga model regresi bisa dipakai untuk memprediksi pengaruh ketiga variabel yang telah dikemukakan diatas secara bersama-sama.

d. Uji Determinasi (R^2)

Pengukuran kemampuan variabel bebas (X) dalam memprediksi respon variabel terikat (Y) terhadap suatu model regresi Koefisien determinasi (R^2) menggunakan koefisien determinasi. Hasil koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Detrminasi (R2)

Model Summary^b				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.805 ^a	.648	.637	2.649
a. Predictors: (Constant), TOTAL.X3, TOTAL.X1, TOTAL.X2				
b. Dependent Variable: TOTAL.Y1				

Sumber : Data olah SPSS

Berdasarkan tabel 4.10 diatas output SPSS model summary diketahui besarnya R^2 adalah 0.648 yang berarti sebanyak 64,8% variasi variabel Loyalitas Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen ATM (X1), *Mobile Banking* (X2), *Internet Banking* (X3) sedangkan sisanya ($100\% - 64,8\% = 35,2\%$) dijelaskam oleh variabel lain.

e. Uji Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur dan mengetahui pengaruh serta mengetahui arah hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari ATM, Mobile Banking, Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah menggunakan fasilitas SST pada nasabah BSI KCP Demak. Penulis melakukan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 24 dan hasil pengolahan data akan ditampilkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-12.537	5.648		-2.220	.029		
	X1	.404	.271	.106	1.491	.139	.721	1.387
	X2	.867	.122	.561	7.095	.000	.587	1.704
	X3	.386	.109	.264	3.543	.001	.659	1.517

a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

Sumber : Data olah SPSS

Tabel 4.11 merupakan output dari hasil analisis regresi linier berganda, maka dilihat dari koefisien B akan dihasilkan sebuah persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -12.537 + 0,404 X_1 + 0,867 X_2 + 0,386 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

A = Konstanta

β_1 = Koefiesn Regresi X1

X1 = ATM

β_2 = Koefisien Regresi X2

X2 = *Mobile Banking*

β_3 = Koefisien Regresi X3

$X_3 = \text{Internet Banking}$

$e = \text{Standar Error}$

Jadi hasil analisis dalam penelitian yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS 24 maka dapat disimpulkan bahwa hasilnya sebagai berikut :

- a. Koefisien regresi β_1 sebesar 0,404 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dari ATM X_1 maka akan meningkatkan loyalitas nasabah BSI KCP Demak menggunakan fasilitas SST.
- b. Koefisien regresi β_2 sebesar 0,867 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dari *Mobile Banking* X_2 maka akan meningkatkan loyalitas nasabah BSI KCP Demak menggunakan fasilitas SST.
- c. Koefisien regresi β_3 sebesar 0,867 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dari *Internet Banking* X_3 maka akan meningkatkan loyalitas nasabah BSI KCP Demak menggunakan fasilitas SST.

F. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Fasilitas ATM terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesisi sebelumnya didapatkan hasil bahwa ATM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} 1491 > T_{tabel} 0.677$ dan nilai $Sig 0.139 < 0.25$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berpengaruh positif dapat dijelaskan bahwa saat variabel ATM mengalami peningkatan, maka variabel loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya. Kemudian dapat dijabarkan bahwa nasabah merasa puas dengan adanya fasilitas ATM yang bisa mereka operasikan secara personal dalam memenuhi kebutuhan transaksi perbankan mereka tanpa harus perlu mengantri di kantor untuk mendapat bantuan dari para karyawan. Adapun hal lain yang harus dipertimbangkan yaitu kenyamanan lokasi merupakan pilihan utama bagi nasabah saat melakukan transaksi dengan mesin ATM. Kenyamanan lokasi tersebut dapat dilihat dari segi keamanan yang mana ada kamera CCTV pada setiap lokasi mesin ATM. Selain itu kebersihan dalam lokasi ATM juga sangat berpengaruh untuk menghasilkan rasa nyaman bagi nasabah, hal tersebut dapat didukung dengan fasilitas kebersihan lain seperti adanya tempat sampah dan juga AC yang ada di setiap lokasi dari mesin ATM itu sendiri.

2. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya didapatkan hasil bahwa *Mobile Banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai bahwa $T_{hitung} 7.095 > T_{tabel} 0.677$ dan nilai $0.000 < 0.25$. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berpengaruh positif dapat dijelaskan bahwa saat variabel *Mobile Banking* mengalami peningkatan, maka variabel loyalitas nasabah juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya. Kemudian dapat dijabarkan bahwa loyalitas nasabah terjadi akibat adanya rasa loyal dan ingin menggunakan secara terus-menerus setelah mengoperasikan fasilitas *Mobile Banking* dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi yang dapat dilakukan secara cepat, efektif dan efisien. Selain itu konsistensi, ketergantungan dan ketepatan merupakan hal penting untuk memaksimalkan loyalitas nasabah.

3. Pengaruh *Internet Banking* terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya didapatkan hasil bahwa *Internet Banking* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} 3.543 > T_{tabel} 0.677$ dan nilai $0.001 < 0.25$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Berpengaruh positif dapat dijelaskan bahwa saat variabel *Internet banking* mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya. Kemudian dapat dijabarkan bahwa *Internet Banking* dapat menciptakan perasaan puas didalam hati nasabah dengan adanya fitur yang lengkap untuk melakukan transaksi perbankan yang sangat bermanfaat bagi nasabah dalam memenuhi kebutuhan mereka yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Hal tersebut menjadi kelebihan yang dimiliki oleh *Internet Banking* yaitu dari segi biaya, yang mana dengan adanya fasilitas ini yang memanfaatkan jaringan internet nasabah tidak perlu mengeluarkan ongkos tambahan untuk pergi ke kantor.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai penggunaan fasilitas SST (*self Service Tekhnology*) seperti ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking* terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Demak. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Variabel *ATM* (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah menggunakan fasilitas SST pada nasabah BSI KCP Demak. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai Sig. yaitu $0.139 < 0.25$ dan nilai t hitung sebesar 1491 lebih besar dari t tabel 0.677 ($1491 > 0.677$) artinya variabel ATM berpengaruh terhadap loyalitas menggunakan sehingga H_1 diterima.
- b. Variabel *Mobile Banking* (X2) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah menggunakan fasilitas SST pada nasabah BSI KCP Demak. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai Sig. yaitu $0.000 < 0.25$ dan nilai t hitung 7.095 lebih besar dari t tabel 0.677 ($7095 > 0.677$) artinya variabel mobile banking berpengaruh terhadap loyalitas menggunakan sehingga H_2 diterima.
- c. Variabel *Internet Banking* (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah menggunakan fasilitas SST pada nasabah BSI KCP Demak. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji t didapatkan nilai Sig. yaitu $0.001 < 0.25$ dan nilai t hitung 3.543 lebih besar dari t tabel 0.677 ($3543 > 0.677$) artinya variabel internet banking berpengaruh terhadap loyalitas menggunakan sehingga H_3 diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian yang telah dikemukakan tersebut, maka saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bagi Bank BSI

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan fasilitas SST, menambah jumlah ATM, dan lebih memanfaatkan layanan teknologi untuk saat ini.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Diharapkan bisa menambahkan variabel dari fasilitas SST seperti fasilitas *SMS Banking*, selain itu menambahkan variabel lain seperti hubungan pemasaran guna

untuk memperkuat dan memperluas tentang penelitian dari fasilitas SST berdampak kepada loyalitas nasabah dalam sektor perbankan syariah.

- b. Diharapkan bisa menambahkan objek penelitian, guna untuk mengetahui perbandingan dari fasilitas SST pada perbankan syariah yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Yenny. 2023. Branch Operasional Service manager. *Wawancara Penelitian*.
- Arikuntoro Suharismi. 2009. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anjarwati dan Rosyidah. *Pengaruh Self Service Teknologi Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Di Surabaya)*.
- Al-Qur'an srat Al- Insyirah Ayat 5-6.
- Al-Qur'an Surat An-Nahl Ayat 90.
- De Leon Myra V, Ringgold P. Atienza & Daniel Susilo.2020. *Influence Of Self-Service Technology (SST) Service Quality Dimensions As A Second-Order Factor On Perceived Value And Customer Satisfaction In A Mobile Banking Application*. De Leon et al., *Cogent Business & Management* (2020), 7: 1794241.
- Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya.
- Djollong Andi Fitriani.2014.*Tekhnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif*. Volume II Nomor 1.
- Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia.2002. *Internet Banking Di Indonesia*. Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan.
- Eviliyanto. 2014. *Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Perbankan Di Kota Surakarta*. Jurnal Edukasi, Vol. 1, No. 1,
- Et Al Nurdin., "*Pengaruh Manfaat,Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu.*"
- El-Junusi Rahman.2012. *Membangun Kemitraan Antara Bank Syariah Dan Nasabah*.(Lembaga Penelitian IAIN Walisongo)..
- Fitria Annisa, Aang Munawar, Pebi Paisal Pratama. 2021. *Pengaruh Penggunaan Internet Banking. Mobile Banking dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI*. Jurnal Informatika Kesatuan Vol. 1 No. 1.
- Fadhilah Nurul, Damirah. 2020. *Pengaruh Layanan ATM Dan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank SULSELBAR Cabang Sinjai*. Bonco, Volume 2.

- Fitria Nur Tira.2015. *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*. STIE AAS Surakarta.
- Fitria Annisa *Pengaruh Penggunaan Internet Banking , Mobile Banking, Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI*. Jurnal Informatika Kesatuan1. No. 1.
- Fitria Tira Nur. 2015. *Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam - Vol. 01, No. 02,.
- Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.(Ke-9th Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kuncoro Mudrajad.2018. *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Khadidjah Shahnaz. 2018. Finansial “ *Transaksi banking Dan Mobile Banking,*” <https://Sikapiuangmu.Ojk.Go.Id/,2018>.
- Kartajaya.H,. 2007.Hermawan Kartajaya on Segmentation, Bandung : PT. Mirza Pustaka.
- Kurniawan Robert,. 2016. *Analisis Regresi dasar dan Penerapannya dengan R*, (Jakarta : Kencana)
- Leoni Nur Selisa, Wahid Wachyu Adi Winarto,dkk. 2022. *Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Kartu ATM Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Sahmiyya. Volume 1 Nomor 1.
- Mulyadi. *Riset Desain Dalam Metodology Penelitian*.
- Mutiasari Annisa Indah.2020. *Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital*. Vol. IX, No. 2.
- Marlius Doni. 2017. *Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat Dari Kualitas Pelayanan*. Jurnal Pundi, Vol. 01, No. 03,November.
- Mandong Indah.s, Altje L.Tumbel, Hendra N. Tawas.2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Bni (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado*. Jurnal EMBA Vol.5 No.3 September 2017, Hal.3210-3219.
- Miftahuddin, Decky Hendarsyah. 2019. *Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Kcp. Bengkalis Dengan Bank Mandiri Kc. Bengkalis*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita .Vol.8, No.1: 16-32.
- Mulyadi Mohammad. 2012. *Riset Desain Dalam Metodologi Penelitian Mohammad*. Vol. 16 No. 1.

- Muhammad. 2005.*Bank Syariah, Problem dan Praktek Perkembangan Di Indonesia*. Yogyakarta.Graha Ilmu.
- Marimin Agus ,dkk. 2015.*Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 01, No. 02.
- MM.Dr.Drs. Ngatno. 2015.*Buku ajar metodologi penelitian* .
- Ngatno. 2015. *Metodologi penelitian Bisnis*. Semarang: UNDIP maju dengan mutu.
- Ningsih Wahyu, Muhammad Kamaludin, Rifki Alfian. 2021. *Hubungan Media Pembelajaran dengan Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran PAI di SMP Iptek Sengkol Tangerang Selatan*.Jurnal Pendidikan Agama Islam Volume 06 No.01,.
- Nofianti. 2015. *Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*. JURIS Volume 14, Nomor 2.
- Otoritas Jasa Keuangan. *Internet Banking Dan Mobile Banking*. [https://Sikpiuangmu.OJK.Go.Id/](https://sikpiuangmu.OJK.Go.Id/),2018.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2019. *Buku 2 Perbankan Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi*.
- Rahma fadhila Tri Inda. 2019.*Perbankan Syariah I*.Buku Diktat.
- Rosyidah Nuraini, Anik Lestari Andjarwati. 2021. *Pengaruh Self-Service Technology Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Mcdonald's Di Surabaya)*. Journal IMAGE | Volume 10, Number 1, page 14-27.
- Rosyidah Nuraini , Anik Lestari.2021. Pengaruh SSt Quality Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (studi Pada Pelanggaran Mcdonald's Di Surabaya). Journal IMAGE / 10,No, 1.
- Sinaga Fitriani. 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu)*. Jakarta. Skripsi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jakarta.
- Supardi. *Populasi Dan Sampel ppenelitian*.
- Sugiyono. 2009.*Statiska Untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta.

- Susilo Afia, 2012. *Tinjauan hukum islam terhadap akad bagi hasil fakultas agama islam*.
- Supriyadi Edy. 2014. *SPSS+Amos*. Jakarta: In Media.
- Triyanti Debi, Reni Fitriana Kaban, Muhammad Iqbal. 2021. *Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Volume 2 No. 1.
- Trimulato dkk. 2021. Strategi Bisnis Bank Syariah Di Masa Pandemi Covid-19 Pada PT.Bank Panin Dubai Syariah Cabang Makassar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*,7(03),2021,1294).
- Tim Penelitian Perbankan Bank Indonesia.2021.*Internet banking Di Indonesia*. Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan 5, No. 1.
- Tjipto fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. (Malang: Bayumedia Publishing.
- Ulfa Rafika. 2021. *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan Rafika*. Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan dan Keislaman.
- UU RI No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- UU RI No.21 Bab 1 Pasal 1 Tentang Perbankan Syariah
- Umar Husein. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wijaya Hendri, Irfan Syauqi Beik, dan Bagus sartono. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Xyz Di Jakarta*. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 3.
- Wijaya.A.2020.*Implementasi Konsep Self Service Technology (SST) Pada Model Bisnis Restoran*.Seminar Nasional Dinamika Informatika 2020 Univeristas PGRI Yogyakarta.
- Widyastono herry.2007. *Metodologi Penelitian Ilmiah Dan Alamiah*. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, No.068,.
- Wilardjo Setia Budi. 2005.*Pengertian, Peranan, Dan Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia*. VALUE ADDEO, Vol. 2, No. 1,.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

1. Pengantar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh,

Yth Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian. Perkenalkan , saya Anis Wahidatur Rohma mahasiswa UIN Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Saat ini saya tengah mempersiapkan tengah mempersiapkan Penelitian Skripsi dengan judul Pengaruh *Self Service Tekhnology* Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Demak. Untuk itu saya mohon kesediaan Bapak/Ibu?Saudara/i untuk berkenan meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini. Respon atas survey ini dapat dilakukan melalui laptop / PC / handphone pada tautan berikut :

Target responden dalam survey ini adalah :

- a. Nasabah BSI KCP Demak
- b. Pengguna ATM, *Mobile Banking dan Internet Banking*.

Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan serta budi Bapak/Ibu/Saudara/i, semoga Allah membalasnya dengan kebaikan yang berlipat ganda.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- a. Sebelum menjawab kuesioner, mohon untuk melengkapi identitas responden.
- b. Untuk menjawab kuesioner, klik salah satu jawaban yang sesuai pada kolom pilihan jawaban yang tersedia, dengan keterangan sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

- c. Jawaban yang anda berikan terjamin kerahasiaannya. Jawaban anda merupakan informasi yang sangat berarti, oleh karena itu kelengkapan pengisian angket dan kejujuran dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan

sangat peneliti harapkan. Kerjakan setiap pernyataan dengan teliti dan jangan ada yang tertinggal.

3. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : 15-25 25-35 35-45 >45.

Pekerjaan : Pengusaha Mahasiswa/Pelajar Lainnya
 Petani PNS

Pendapatan Perbulan : Rp 500.000 – Rp 2.000.000
 Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000
 >Rp 5.000.000

4. Pernyataan Kuesioner

Variabel	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
Fasilitas ATM (X1)	Belajar menggunakan ATM itu mudah bagi saya					
	Fasilitas ATM dapat melayani kebutuhan nasabah 24 jam					
	Fungsi yang disediakan ATM sangat berguna untuk melakukan transaksi					
	Mesin ATM mudah digunakan dan dioperasikan					
	ATM menyediakan cara yang nyaman untuk melakukan transaksi					
Fasilitas <i>Mobile Banking</i> (X2)	Fitur yang disediakan <i>Mobile Banking</i> memenuhi kebutuhan transaksi nasabah					
	Fasilitas <i>Mobile Banking</i> dapat melayani kebutuhan nasabah 24 jam					
	Fasilitas <i>Mobile Banking</i> tidak pernah error					

	Fasilitas <i>Mobile Banking</i> dapat diandalkan					
	Fasilitas <i>Mobile Banking</i> dapat diakses diluar jam operasional kerja bank					
Fasilitas <i>Internet Banking</i> (X3)	Fasilitas <i>Internet Banking</i> membuat nasabah dapat melakukan transaksi secara personal					
	Fasilitas <i>Internet Banking</i> dapat melayani kebutuhan nasabah 24 jam					
	Fasilitas <i>Internet Banking</i> aman digunakan					
	Fasilitas <i>Internet Banking</i> dapat diandalkan					
	Fasilitas <i>Internet Banking</i> memberikan kebebasan berinteraksi kapan saja dan dimana saja					
Loyalitas Nasabah (Y)	Saya akan terus menabung secara berkesinambungan di BSI KCP Demak					
	Saya merasa nyaman atas pelayanan dan produk BSI KCP Demak					
	Saya akan selalu menggunakan produk yang digunakan BSI KCP Demak					
	Saya tidak akan terbujuk oleh promosi pelayanan dari bank lain.					
	Saya akan menggunakan produk lain yang digunakan BSI KCP Demak					
	Saya akan mampu menyampaikan kepada orang lain kebaikan-kebaikan mengenai produk dan jasa di BSI KCP Demak					

Lampiran 2 : Tabulasi Data

1. Variabel ATM (X1)

Responden	X1,1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	5	5	5	23
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	4	4	5	23
9	5	5	4	5	5	24
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	4	5	4	5	5	23
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	4	5	24
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25
19	4	4	5	5	5	23
20	5	5	5	5	4	24
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	4	5	5	5	5	24
29	5	5	5	5	5	25
30	4	5	5	5	5	24
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25
35	4	5	5	4	4	22
36	4	5	4	5	5	23
37	4	5	5	5	5	24

38	4	5	5	5	5	24
39	4	5	5	4	5	23
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	4	5	4	23
42	5	4	4	5	5	23
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	5	5	5	23
45	5	5	5	5	5	25
46	5	4	5	4	4	22
47	4	5	5	5	5	24
48	4	5	5	5	5	24
49	5	5	5	5	5	25
50	4	5	5	5	5	24
51	4	4	5	5	5	23
52	4	4	5	4	4	21
53	4	5	4	4	4	21
54	5	5	5	4	4	23
55	4	5	4	4	4	21
56	5	5	5	5	4	24
57	5	5	4	5	5	24
58	4	4	4	4	4	20
59	5	5	4	5	5	24
60	5	5	5	5	5	25
61	5	4	5	5	5	24
62	4	5	5	5	5	24
63	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	4	5	24
66	4	4	4	4	4	20
67	5	5	5	4	5	24
68	5	5	4	5	5	24
69	5	4	5	4	5	23
70	5	5	5	5	5	25
71	3	5	5	5	5	23
72	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	5	5	25
74	5	4	5	5	5	24
75	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25

82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	5	4	5	5	5	24
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	5	25

2. Variabel *Mobile Banking* (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	3	4	5	3	3	18
5	5	4	2	5	5	21
6	4	5	3	4	4	20
7	5	4	3	4	4	20
8	4	5	5	4	5	23
9	5	2	3	5	4	19
10	5	5	3	4	5	22
11	5	4	3	4	5	21
12	5	5	2	5	5	22
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	4	4	23
15	5	5	5	5	4	24
16	5	5	5	5	5	25
17	3	2	2	4	3	14
18	5	5	5	5	5	25
19	5	2	5	5	5	22
20	3	3	3	3	2	14
21	3	3	3	3	3	15

22	5	5	4	4	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	3	5	5	23
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	5	4	4	4	21
31	4	5	5	4	5	23
32	5	4	4	4	4	21
33	5	5	2	5	5	22
34	5	5	5	3	5	23
35	4	4	3	3	3	17
36	5	5	5	5	5	25
37	4	4	5	4	4	21
38	4	4	5	2	4	19
39	5	5	5	2	3	20
40	4	5	5	5	5	24
41	5	5	5	4	5	24
42	3	3	4	5	3	18
43	5	5	4	5	5	24
44	4	4	2	3	4	17
45	5	5	5	5	5	25
46	4	5	3	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	3	4	5	4	4	20
49	4	4	5	5	4	22
50	5	5	4	5	5	24
51	4	4	3	3	4	18
52	4	5	3	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	3	3	5	21
55	5	4	2	3	4	18
56	5	5	3	4	4	21
57	4	4	3	4	5	20
58	4	4	3	3	4	18
59	4	5	3	3	4	19
60	5	3	5	5	5	23
61	4	5	3	5	5	22
62	5	5	5	5	5	25
63	5	5	5	5	5	25
64	4	5	5	5	5	24
65	5	5	2	5	5	22

66	4	4	2	3	3	16
67	5	5	5	5	5	25
68	5	5	3	5	5	23
69	4	4	4	4	5	21
70	3	5	2	5	5	20
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	4	5	5	24
73	4	5	2	5	5	21
74	4	5	5	5	5	24
75	5	5	3	5	5	23
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	4	5	5	24
80	5	5	5	5	5	25
81	4	5	5	5	5	24
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	4	5	5	24
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	5	5	25
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	5	25

3. Internet Banking (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	3	4	3	3	4	17
5	5	5	5	5	4	24
6	4	4	4	4	4	20
7	5	4	3	4	4	20

8	5	5	4	4	5	23
9	1	2	3	5	4	15
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	5	4	4	21
12	4	5	3	4	5	21
13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	5	5	22
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25
19	4	5	5	3	4	21
20	4	5	3	5	4	21
21	4	5	5	4	4	22
22	4	4	4	4	4	20
23	5	4	5	5	4	23
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	5	4	5	4	5	23
27	5	5	5	5	5	25
28	4	2	4	1	3	14
29	5	5	3	4	5	22
30	4	4	4	4	4	20
31	4	5	5	5	5	24
32	4	4	4	4	4	20
33	5	5	5	5	5	25
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	3	3	4	18
36	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	4	4	20
38	4	3	3	3	4	17
39	1	3	3	2	4	13
40	4	5	5	5	5	24
41	5	5	5	4	5	24
42	5	5	5	3	4	22
43	4	4	4	4	4	20
44	3	4	3	3	4	17
45	5	5	5	5	5	25
46	4	4	4	3	4	19
47	3	4	3	3	4	17
48	4	4	3	4	5	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	5	4	4	21
51	3	3	2	3	3	14

52	4	5	4	3	4	20
53	3	4	4	4	4	19
54	4	5	5	5	5	24
55	4	4	4	4	4	20
56	5	5	4	4	5	23
57	5	4	3	3	5	20
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	3	3	4	16
60	5	5	4	5	4	23
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	5	5	5	25
63	3	3	3	3	4	16
64	4	4	3	3	4	18
65	5	4	4	5	5	23
66	4	4	5	4	4	21
67	5	5	5	4	4	23
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	3	5	5	5	5	23
75	4	4	4	5	5	22
76	5	5	4	5	5	24
77	5	5	4	5	5	24
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	4	5	24
83	5	5	4	5	5	24
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	5	5	25
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	4	5	5	24
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	4	5	5	5	5	24
95	5	5	5	4	5	24

96	5	5	4	5	5	24
97	5	5	5	5	4	24
98	5	4	5	5	5	24
99	4	5	5	5	5	24
100	5	5	5	5	4	24

4. Variabel Loyalitas (Y)

Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Total
1	5	5	5	4	5	5	29
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	24
4	2	3	3	4	3	3	18
5	3	3	3	4	5	5	23
6	4	4	4	3	3	4	22
7	4	4	4	3	4	5	24
8	4	4	3	3	3	4	21
9	2	4	3	5	4	3	21
10	4	4	4	3	4	4	23
11	4	4	5	5	5	4	27
12	4	5	3	3	3	5	23
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	5	5	4	5	27
15	4	5	5	4	4	5	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	2	3	5	3	3	19
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	3	3	2	2	4	18
20	3	3	3	4	3	3	19
21	4	3	3	3	4	4	21
22	5	4	4	5	5	5	28
23	5	5	5	3	5	4	27
24	5	5	5	4	3	4	26
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	3	3	2	4	3	5	20
29	3	4	3	3	4	4	21
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	3	4	3	4	4	22
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	5	5	3	4	5	26
34	4	3	3	3	3	3	19
35	3	3	3	3	3	3	18
36	3	4	4	4	4	4	23
37	3	3	3	3	3	3	18

38	3	3	4	3	3	3	19
39	5	3	3	5	4	3	23
40	5	4	4	5	5	4	27
41	5	4	4	3	4	3	23
42	2	2	4	2	5	5	20
43	3	4	3	3	3	3	19
44	3	4	3	3	3	3	19
45	5	5	5	5	5	5	30
46	2	3	3	3	4	4	19
47	3	4	3	3	2	3	18
48	3	5	3	3	3	4	21
49	3	3	3	3	3	3	18
50	4	5	4	4	4	5	26
51	3	4	3	3	3	3	19
52	3	4	4	5	5	4	25
53	3	3	3	3	3	3	18
54	4	4	4	5	4	4	25
55	3	3	3	2	3	2	16
56	4	5	5	4	4	5	27
57	4	4	4	4	4	5	25
58	3	4	4	4	4	4	23
59	3	3	3	3	3	4	19
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	2	3	5	5	23
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	5	1	4	4	22
64	4	4	5	5	5	5	28
65	5	5	5	3	5	5	28
66	3	3	3	3	3	3	18
67	5	5	5	3	5	5	28
68	5	5	4	3	5	5	27
69	5	4	5	4	4	4	26
70	3	5	3	3	3	4	21
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	5	5	5	5	5	29
73	3	3	3	3	3	1	16
74	4	5	4	5	5	5	28
75	5	5	5	3	5	5	28
76	5	5	5	3	5	5	28
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	4	29
79	5	5	5	4	5	5	29
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	4	5	5	29

82	4	4	5	4	5	5	27
83	5	5	5	3	5	5	28
84	5	4	5	4	5	5	28
85	3	5	5	5	5	5	28
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	5	5	5	5	5	30
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	5	5	5	5	4	29
91	5	5	5	5	5	4	29
92	4	5	5	5	5	5	29
93	5	5	5	3	5	5	28
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	4	5	5	29
96	5	5	5	4	5	5	29
97	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	4	29
99	5	5	4	5	5	5	29
100	5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 3 : Hasil Output Uji Deskriptif

1. Hasil Uji Deskriptif Responden

		Jenis_Kelamin			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	51	50.5	51.0	51.0
	Perempua n	49	48.5	49.0	100.0
	Total	100	99.0	100.0	
Missin g	System	1	1.0		
Total		101	100.0		

		Usia			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25	49	48.5	49.0	49.0
	25-35	22	21.8	22.0	71.0
	35-45	12	11.9	12.0	83.0
	>45	17	16.8	17.0	100.0
	Total	100	99.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		101	100.0		

		Pekerjaan			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pengusaha	22	21.8	22.0	22.0
	Petani	6	5.9	6.0	28.0
	Mahasiswa/Pelaj ar	33	32.7	33.0	61.0
	PNS	12	11.9	12.0	73.0
	Lainnya	27	26.7	27.0	100.0
	Total	100	99.0	100.0	
Missing	System	1	1.0		
Total		101	100.0		

Pendapatan

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp 500.000 - Rp 2.000.000	42	41.6	42.0	42.0
	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	33	32.7	33.0	75.0
	> Rp 5.000.000	25	24.8	25.0	100.0
	Total	100	99.0	100.0	
Missin g	System	1	1.0		
Total		101	100.0		

Lampiran 4 : Hasil Output Uji Validitas

1) Variabel X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL. X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.269**	.180	.245*	.250*	.660**
	Sig. (2-tailed)		.007	.072	.014	.012	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.269**	1	.101	.273**	.244*	.574**
	Sig. (2-tailed)	.007		.317	.006	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.180	.101	1	.252*	.319**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.072	.317		.011	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.245*	.273**	.252*	1	.595**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.014	.006	.011		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.250*	.244*	.319**	.595**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.012	.014	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL. X1	Pearson Correlation	.660**	.574**	.563**	.713**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

2) Variabel X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL. X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.474**	.305**	.462**	.652**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.474**	1	.302**	.345**	.599**	.703**

	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.305**	.302**	1	.336**	.339**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.462**	.345**	.336**	1	.692**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.652**	.599**	.339**	.692**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL. X2	Pearson Correlation	.733**	.703**	.689**	.751**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

3) Variabel X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL. X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.707**	.586**	.526**	.561**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.707**	1	.640**	.646**	.678**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.586**	.640**	1	.598**	.494**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.526**	.646**	.598**	1	.681**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.561**	.678**	.494**	.681**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL. X3	Pearson Correlation	.822**	.879**	.811**	.837**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

4) Variabel Y

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TOTAL.Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.702**	.735**	.424**	.660**	.575**	.833**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.702**	1	.728**	.435**	.619**	.652**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.735**	.728**	1	.478**	.750**	.635**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.424**	.435**	.478**	1	.566**	.390**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

Lampiran 5 : Hasil Output Uji Reabilitas

A. Variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	6

B. Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.785	6

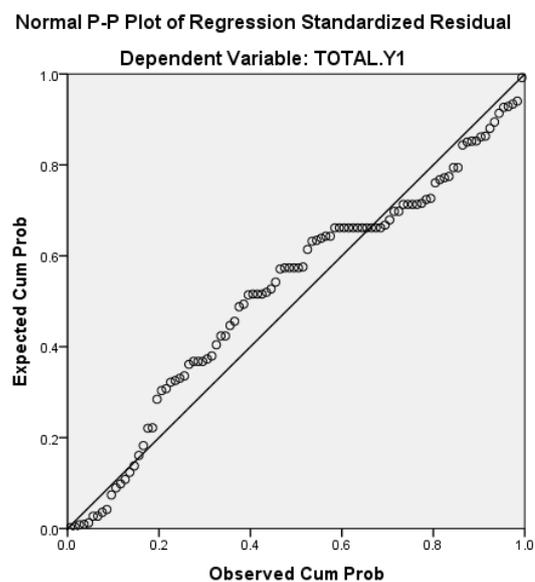
C. Variabel X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.802	7

D. Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	6

Lampiran 6 : Hasil Output Uji Normalitas P-Plot

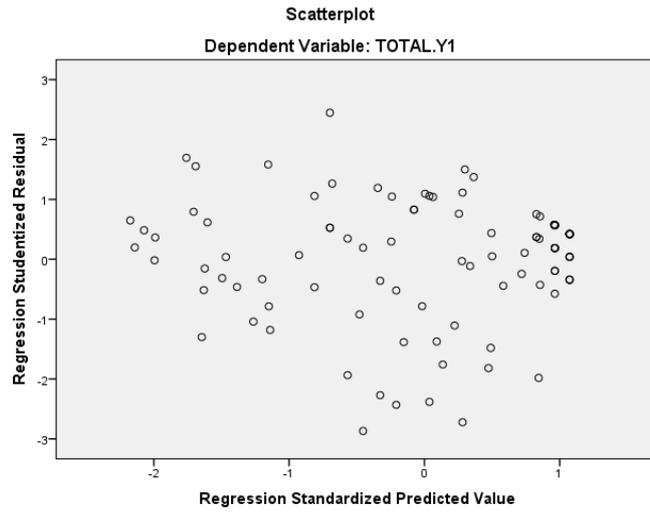


Lampiran 7 : Hasil Output Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-12.537	5.648		-2.220	.029		
	TOTAL.X 1	.404	.271	.106	1.491	.139	.721	1.387
	TOTAL.X 2	.867	.122	.561	7.095	.000	.587	1.704
	TOTAL.X 3	.386	.109	.264	3.543	.001	.659	1.517

a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

Lampiran 8 : Hasil Output Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 9 : Hasil Output Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.648	.637	2.649

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X3, TOTAL.X1, TOTAL.X2

b. Dependent Variable: TOTAL.Y1

Lampiran 10 : Hasil Output Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constan t)	-2.220	.029
	X1	1.491	.139
	X2	7.095	.000
	X3	3.543	.001

a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

Lampiran 11 : Hasil Output Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1239.133	3	413.044	58.843	.000 ^b
	Residual	673.867	96	7.019		
	Total	1913.000	99			

a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

b. Predictors: (Constant), TOTAL.X3, TOTAL.X1, TOTAL.X2

Lampiran 12 : Hasil Output Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-12.537	5.648
	TOTAL.X 1	.404	.271
	TOTAL.X 2	.867	.122
	TOTAL.X 3	.386	.109

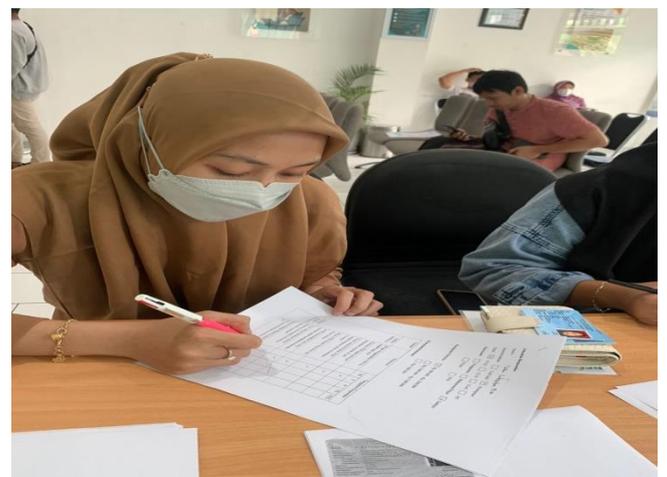
a. Dependent Variable: TOTAL.Y1

Lampiran 12 : Dokumentasi bersama *Branch Manager* BSI KCP Demak



Lampiran 13 : Dokumentasi bersama beberapa nasabah BSI KCP Demak







DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan di bawah ini :

DATA PRIBADI

Nama : Anis Wahidatur Rohma
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Rotan Mulya, 8 Januari 2022
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Rotan Mulya Blok D Rt 03 Rw 01Kec. Rotan
Mulya Kab. OKI
No. Hp : 082244245191/ 085714950691
Email : anisqueta@gmail.com

DATA ORANG TUA

Nama : Mahsun
Jenis Kelamin : Laki-laki
Pekerjaan : Petani
Nama : Nur Ngafifah
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Rotan Mulya Blok D Rt.03 Rw.01 Kec. Rotan
Mulya Kab. OKI

PENDIDIKAN FORMAL

SDN 1 Rotan Mulya (2007-2013)
MTS Islamiyah Bumi Agung (2013-2016)
SMK Raden Fatah (2016-2019)
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2019-2022)

PENGALAMAN

Relawan Telemarketing Bank Syariah Indonesia –(Bulan April 2022)
Pengurus Organisasi Intra HMJ S1 Perbankan Syariah –(Periode 2020-2021)
Pengurus Organisasi Intra SEMA FEBI -(Periode 2021-2022)

