

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING*,
INTERNET BANKING, DAN ATM (*AUTOMATIC TELLER
MACHINE*) TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH
PADA MAHASISWA PENGGUNA BSI
DI KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Kusnul Widiyani

NIM 402190143

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Widiyani, Kusnul. Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BSI Di Kabupaten Ponorogo. *Skripsi*. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Fibrianis Puspita Anhar, S.E., M.Si.

Kata Kunci: ATM, *Internet Banking*, Kepuasan Nasabah, *Mobile Banking*

Kepuasan nasabah adalah prioritas utama dalam dunia Perbankan karena jika nasabah merasa puas, maka nasabah akan selalu memakai produk dan jasa bank tersebut, tetapi jika nasabah tidak merasa puas maka mereka akan meninggalkan produk dan jasa yang telah dipakainya dan mencari produk lain yang dianggap dapat sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan ATM terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI di Kabupaten Ponorogo secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif terdiri dari 2 variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. *Mobile Banking* (X_1), *Internet Banking* (X_2), ATM/*Automatic Teller Machine* (X_3) sebagai variabel independen, dan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Jumlah sampel yang digunakan adalah 106 responden. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Mobile Banking secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi (*P-value*) variabel *mobile banking* pada uji T adalah 0,938 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,938 > 0,05$). *Internet Banking* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan besarnya nilai signifikansi (*P-value*) variabel *internet banking* pada uji T adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). ATM /*Automatic Teller Machine* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi (*P-value*) variabel ATM pada uji T adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Adapun hasil penelitian *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan ATM/*Automatic Teller Machine* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai yang diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $174,319 > 2,69$.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Kusnul Widiyani	402190143	Perbankan Syariah	Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> , <i>Internet Banking</i> , dan ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Mahasiswa Pengguna BSI di Kabupaten Ponorogo

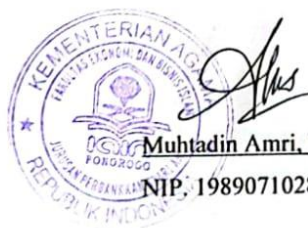
Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 8 September 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Menyetujui,



Muhtadin Amri, M.S. Ak
NIP. 1989071028011001

Fibrianis Puspita Anhar, S.E., M.Si.
NIP. 199107082020122016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Layanan Mobile Banking, Internet Banking, dan
ATM (Automatic Teller Machine) terhadap Tingkat Kepuasan
Nasabah pada Mahasiswa Penggunaan BSI di Kabupaten
Ponorogo

Nama : Kusnul Widiyani

NIM : 402190143

Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang

Dr. Amin Wahyudi, M.El.

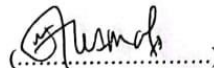
NIP 197502072009011007

()

Penguji I

Nurma Fitrianna, M.SM.

NIP 198908062019032018

()

Penguji II

Fibrianis Puspita Anhar, S.E., M.Si.

NIP 199107082020122016

()

Ponorogo, 31 Oktober 2023

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP.19720714200031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kusnul Widiyani
NIM : 402190143
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan ATM
(*Automatic Teller Machine*) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah BSI
di Kabupaten Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 2 November 2023



Kusnul Widiyani
NIM 402190143

P O N O R O G O

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Kusnul Widiyani

NIM : 402190143

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

"Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Mahasiswa Pengguna BSI di Kabupaten Ponorogo"

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 15 Agustus 2023

Pembuat Pernyataan,



Kusnul Widiyani

NIM 402190143

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SURAT.	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II KEPUASAN NASABAH, MOBILE BANKING, INTERNET BANKING, DAN ATM (AUTOMATIC TELLER MACHINE).....	10
A. Deskripsi Teori.....	10
B. Kajian Pustaka.....	22
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Rancangan Penelitian	37
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37

C. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
D. Populasi dan Sampel	41
E. Jenis dan Sumber Data	43
F. Metode Pengumpulan Data	44
G. Instrumen Penelitian.....	46
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	47
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	48
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	54
A. Gambaran Umum BSI.....	54
B. Hasil Pengujian Instrumen	58
C. Hasil pengujian Deskriptif	61
D. Hasil Pengujian Hipotesis	69
E. Pembahasan	70
1. Pengaruh <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	76
2. Pengaruh <i>Interner Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	77
3. Pengaruh ATM / <i>Automatic Teller Machine</i> terhadap Kepuasan Nasabah	78
4. Pengaruh <i>Mobile Banking, Interner Banking, dan ATM/Automatic Teller Machine</i> terhadap Kepuasan Nasabah	79
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kualitas jasa dari perbankan berhubungan erat dengan tingkat profitabilitas yang dihasilkan. Semakin tinggi tingkat kepuasan dari nasabah maka akan meningkatkan profitabilitas dari bank tersebut, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan perbankan menempatkan masalah kepuasan terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis. Jika pelayanan yang diberikan nasabah itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap bank, sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap bank.¹

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen.² Sedangkan Kotler dan Keller, menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil)

¹ Herry Sutanto, dan Kaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 39

² Maulida Nurhidayati dan Novi Kurnia Cahyani. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna *E-Channel* pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," *Jurnal Ethihad*, Vol.1, No. 1, (2021), 149.

terhadap ekspektasi mereka.³ Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan, maka konsumen tersebut merasa puas, begitu sebaliknya apabila barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen tidak sesuai dengan harapan maka konsumen tersebut merasa tidak puas.⁴

Kepuasan nasabah adalah prioritas utama dalam dunia perbankan, karena jika nasabah merasa puas maka nasabah akan selalu memakai produk dan jasa bank tersebut, tetapi jika nasabah tidak merasa puas maka mereka akan meninggalkan produk dan jasa yang telah dipakainya dan mencari produk lain yang dianggap dapat sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Apabila nasabah puas terhadap jasa yang diberikan oleh bank, maka kemungkinan besar jumlah nasabah akan meningkat dan dengan adanya peningkatan tersebut dapat memberikan dampak positif terhadap bank. Tetapi bank yang kurang memperhatikan kepuasan nasabah pasti akan mengalami kegagalan.⁵

Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu kualitas layanan (*service quality*), kualitas produk (*product quality*), harga (*price*), faktor situasi (*situational factor*), dan faktor pribadi (*personal factor*).⁶ Menurut Nining dan Nurul adapun tiga

³ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

⁴ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017)

⁵ Mayang Julia Anggraini, dkk, "Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai," *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume e, No. 2, (2022), 18.

⁶ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 8.

faktor yang menentukan tingkat kepuasan, antara lain, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan biaya.⁷

Berdasarkan Laporan Profil Internet Indonesia 2022 yang dirilis oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia atau APJII, belum lama ini, menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia di 2022 dilaporkan mencapai angka 210 juta orang atau sebesar 77,02 persen dari penduduk Indonesia. Angka tersebut naik dibandingkan periode sebelumnya sekitar 73,7 persen (196,71 juta jiwa), dan 2018 penetrasinya hanya sebesar 64,8 persen (171,17 juta jiwa). Salah satu faktor pendukung peningkatan pengguna internet itu adalah semakin gencarnya pemerintah dalam hal ini Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) membangun sektor ini dalam tiga tahun terakhir.⁸

Menurut catatan OJK, jumlah pengguna *e-banking* (*SMS banking*, *phone banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*) meningkat sebesar 270% dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169% dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta transaksi di 2016. Dengan data tersebut, maka setiap perbankan digital memerlukan *digital*

⁷ Nining Wahyuningsih, Nurul Janah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat” *Jurnal Al-Amwal*, Volume 10, No. 2, (2018).

⁸ <https://www.kominfo.go.id/content/detail/44678/kominfo-lanjutkan-lima-program-prioritas-di-2023/>, (diakses pada tanggal 20 Januari 2023, Pukul 20.20).

branch atau sebuah kantor yang khusus menyediakan dan melayani transaksi dengan digital banking.⁹

Bank menyediakan layanan *m-banking* dan *internet banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan nasabah sebagai alternatif untuk melakukan transaksi perbankan. Melalui *m-banking* dan *internet banking*, nasabah dapat mengakses produk dan jasa perbankan dengan menggunakan *smartphone*. Transaksi tersebut dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja selama 24 jam tanpa nasabah datang ke bank atau Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kecuali transaksi setoran dan tarik tunai.¹⁰

Salah satu upaya yang dilakukan oleh bank dalam rangka mengoptimalkan pelayanan yaitu dengan tersediannya fasilitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atau *Automatic Teller Machine*, hakikatnya adalah piranti bank berskala mini yang dioperasikan dengan sistemik, mengandalkan teknologi komputasi dan teknologi komunikasi nirkabel yang memungkinkan nasabah mendapat layanan *teller* secara otomatis, meskipun tanpa *teller* manusia. Keberadaan ATM tentu saja sangat membantu dan memudahkan nasabah dalam melakukan aktivitas keuangan berbasis bank, sehingga banyak aktivitas dapat dilakukan tanpa kendala waktu, karena ATM dapat melayani nasabah dalam waktu 24 jam sehari,

⁹ <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/348>, (diakses pada tanggal 20 Januari 2023, Pukul 20.30).

¹⁰ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: Andi, 2011), 65.

sehingga tidak ada aktivitas ekonomi yang menghambat dengan jam kerja dan lainnya.¹¹

Perkembangan perbankan saat ini memberikan dan menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang sangat beragam, dalam layanan *e-banking (electronic banking)* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Layanan *e-banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC)/ Point Of Sales (POS)*, *internet banking*, *SMS banking*, *mobile banking*, *e-commerce*, *phone banking*, dan *video banking*.¹²

Dalam penelitian Lailiah menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.¹³ Hasil dari wawancara salah satu mahasiswa pengguna *m-banking* dan *internet banking* Kabupaten Ponorogo, GM menyatakan layanan *m-banking* dan *internet banking* sedikit berbeda, namun ia mengaku puas menggunakan layanan tersebut karena kemudahannya

¹¹ Tofan Kimoro Putra, "Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah," *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016),

¹² Nelson Tampubolon Dkk, *Bijak Ber-Electronic Banking* (Jakarta: Ojk, 2015), 5.

¹³ Iin Lailiah, "Pengaruh Layanan *Internet banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Syariah Kcp Magetan", *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021),

untuk mengecek saldo.¹⁴ Selanjutnya hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, SS menyatakan cukup puas dengan lokasi ATM yang jauh dari rumahnya. Meskipun ia mengaku puas sesuai harapan, namun dampak negatifnya ia harus menempuh perjalanan yang cukup jauh dari rumahnya untuk mengambil uang tunai dari ATM dan ditambah bila ada kendala dengan misalnya ATM terblokir harus menempuh perjalanan berkali-kali lipat jauhnya karena Bank terletak ditengah Kabupaten.¹⁵ Fakta di lapangan tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut melalui penelitian dengan judul Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada Mahasiswa Pengguna BSI di Kabupaten Ponorogo.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang penelitian sebagai berikut:

1. Apakah layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah?
2. Apakah layanan *internet banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah?

¹⁴ GM, Wawancara. 25 Oktober 2022.

¹⁵ SS, Wawancara. 25 Oktober 2022.

3. Apakah layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah?
4. Apakah layanan *mobile banking*, *internet banking*, dan ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh *internet banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah
3. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap tingkat kepuasan nasabah
4. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh *mobile banking*, *internet banking*, dan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini ditujukan sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu perbankan syariah yang diperoleh dari perguruan tinggi guna ditujukan sebagai bahan studi ilmiah dalam

rangka penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi tambahan untuk layanan terkait pengaruh *mobile banking*, *internet banking*, dan ATM sehingga mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media penulis untuk menambah ilmu dan wawasan, serta berguna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya, sebagai referensi dan perbandingan dalam penelitian di bidang yang sama dan pengetahuan-pengetahuan terkait pemasaran perbankan syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat memberikan gambaran mengenai penelitian ini, dapat disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I yaitu Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian yang meliputi rancangan penelitian, variable penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

Bab IV pada bab ini berisi sejarah dan objek penelitian, hasil dan pengujian instrumen (validitas dan reliabilitas), hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

Bab V Penutup meliputi kesimpulan dan saran. berisi kesimpulan yang menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Selain itu, dalam penutup juga harus ditulis keterbatasan penelitian dan rekomendasi atau saran digunakan untuk menyampaikan masalah yang dimungkinkan untuk penelitian lebih lanjut.

BAB II

KEPUASAN NASABAH, *MOBILE BANKING*, *INTERNET BANKING*, DAN ATM (*AUTOMATIC TELLER MACHINE*)

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kata *satisfaction* (kepuasan) berasal dari kata latin “*satis*” (artinya cukup baik, cukup) dan “*facio*” (*so* atau *to do*). Kepuasan dapat diartikan sebagai “usaha untuk menyelesaikan sesuatu” atau untuk melakukan sesuatu yang memadai. Secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang terjadi setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan dari suatu produk dengan produk. kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah keadaan dimana produk memenuhi kebutuhan atau harapan konsumen dan kurang. Secara konseptual, kepuasan adalah hasil pembelian dan penggunaan, yang dihasilkan dari perbandingan imbalan dan biaya pembelian pembeli dengan. Konsekuensi yang diharapkan kepuasan fungsional mirip dengan sikap, di mana evaluasi didasarkan pada berbagai karakteristik.¹

¹ Fitroh Abdul Malik, “Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan),” *Skripsi* (Jakarta: Unmuh Jakarta, 2021),

Kepuasan nasabah adalah pendapat nasabah bahwa harapannya terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal untuk setiap nasabah dan layanan perbankan, dengan mempertimbangkan kemampuan nasabah dan keluarganya, dengan mempertimbangkan keluarganya, dengan mempertimbangkan kebutuhan dari pelanggan. bahwa konsistensi terbaik antara kepuasan dan hasil.² Kotler yang menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu produk setelah membandingkan antara prestasi produk tersebut dengan harapan atau bisa juga disebut antara ekspektasi dari nasabah dengan realita yang terjadi di lapangan.³

Untuk mencapai tujuan diatas, dengan kata lain kepuasan nasabah, harus melakukan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Memperhatikan kualitas pelayanan bank pegawai yang melayani nasabah dengan ramah, sopan dan cepat serta efisien.
- 2) Faktor pendekatan dan kedekatan saat berkomunikasi dengan pejabat bank
- 3) Harga yang ditawarkan.
- 4) Keamanan dan kenyamanan lokasi perbankan.

² Ibid.,

³ Nurul Laily Abdulloh Putri, Wahyu Dwi Warsitasari, “ Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah BSI Pasca Merger,” *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 6 No. 1 (2022), 124.

- 5) Mendapatkan produk perbankan itu mudah.
- 6) Penanganan komplain atau klaim
- 7) Integritas dan penggunaan produk termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan seperti ketersediaan ATM di lokasi strategis yang berbeda.
- 8) Perhatian kepada pelanggan di masa mendatang, khususnya layanan purna jual.⁴

b. Tipe-tipe Kepuasan Nasabah

Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, memuji perusahaan dan produknya kepada orang lain, kurang memperhatikan pesaing merek. dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan untuk bisnis, dan biaya pelanggan lebih mudah daripada untuk pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi rutin. Beberapa studi mengaitkan tingkat kepuasan pelanggan dengan perilaku pelanggan. akan ada jenis pelanggan yang berbeda.

- 1) Pelanggan puas atau apa yang pelanggan dapatkan lebih dari yang dia harapkan, sehingga dia setia pada produk dan terus melakukan pembelian ulang (*repeat order*).

⁴ Maslakatus Solikah, "Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020),0220000000000001

- 2) Jenis klien *defectors* yaitu pelanggan yang merasa bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan tidak ada bedanya atau normal atau biasa saja dan biasanya pelanggan berhenti membeli produknya.
- 3) Jenis klien *terrorist*, pelanggan yang memiliki pengalaman buruk atau negatif dengan perusahaan, sehingga mereka menyebarkan efek negatif yang membingungkan kepada orang lainnya.
- 4) Jenis klien *hostages*, yaitu. pelanggan yang tidak puas dengan produk tetapi tidak dapat membeli barang lain karena struktur pasar monopoli atau harga rendah. Meskipun pelanggan tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh, tetapi karena tidak puas atau tidak puas dengan perusahaan lain, dia tetap harus menggunakannya.
- 5) Jenis pelanggan *mercenaries* yaitu pelanggan sangat puas tetapi tidak loyal terhadap produk.⁵

c. Faktor-faktor Kepuasan Nasabah

Menurut Nining dan Nurul adapun tiga faktor yang menentukan tingkat kepuasan, antara lain, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan biaya.

⁵ Nurdin Nurdin dkk, "Pengaruh Pelayanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)," *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 2, No. 1, (2020),

- 1) Kualitas pelayanan, terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai apa yang diharapkan.
- 2) Faktor emosional, konsumen yang bangga akan merasa yakin bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu.
- 3) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas. ATM adalah contoh dimana nasabah merasa puas oleh mudahnya dalam mendapatkan pelayanan perbankan.⁶

2. Mobile Banking

a. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon selular misal XL, indosat, telkomsel, dan operator telepon lainnya. Untuk mendapatkan fasilitas ini nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan mendaftarkan no. HP yang akan digunakan disamping

⁶ Maslakatus Solikah, "Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020),

password untuk keamanan bertransaksi. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai insentif kepada pelanggan, promosi *mobile banking* akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang dilakukan konsumen terhadap teknologi.

Mobile banking atau biasa disebut *M-banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *Mobile banking* tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagai media untuk melakukan transaksi *mobile banking*. Media komunikasi yang dapat dipergunakan adalah telepon seluler atau ponsel.⁷

b. Kelebihan dan Kelemahan

1) Kelebihan

a) Tidak perlu ke bank.

Datang ke bank pasti akan sangat membuang waktu. Apalagi jika kondisi bank sangat penuh nasabah, Dengan menggunakan *mobile banking*, kita tidak perlu membuang waktu untuk datang ke bank. Cukup dengan membuka aplikasi *mobile banking* yang sudah di *download* dari *Google play*

⁷ Abdillah Mundir, Lilik Nur Hayati “Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 12 No. 12, (2021), 250.

store. Di dalam aplikasi tersebut, kita bisa memilih fitur apa yang kita ingin gunakan, misal pengecekan saldo, pembayaran tagihan, atau transfer.

b) Membayar tagihan dengan mudah dan tepat waktu.

Dengan *mobile banking*, kita bisa membayar berbagai tagihan tanpa harus beranjak dari tempat duduk. Misal melakukan pembayaran tagihan kartu kredit, telepon, tagihan air atau PAM, asuransi, internet, pinjaman, dan lainnya.

c) Mengecek saldo tabungan

Aplikasi *mobile banking* memberikan akses pada kita untuk mengetahui saldo tabungan setiap saat. Kita juga bisa mendaftarkan pemberitahuan teks jika ada aktivitas keuangan seperti transaksi asing, penarikan tunai, online, telepon atau surat pembelian.

d) Bebas biaya

Secara umum, aplikasi *mobile banking* memberikan beberapa layanan secara gratis kepada nasabahnya untuk mendorong mencoba layanan didalamnya.⁸

2) Kekurangan

a) Rentan penipuan *smishing*

⁸ Fitroh Abdul Malik, "Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)," *Skripsi* (Jakarta: Unmuh Jakarta, 2021),

Penggunaan aplikasi *mobile banking* rentan akan penipuan yang disebut *smishing*, dimana pengguna menerima *short message service* (SMS) atau telepon palsu yang menanyakan detail rekening bank dari seorang *hacker* yang menyamar sebagai institusi keuangan.

b) Jaringan internet yang kuat.

Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat untuk bisa mengakses *mobile banking*, jika koneksi kurang baik, maka secara otomatis akan kesulitan mengakses aplikasi ini.

c) Beresiko pencurian data

Fitur keamanan melalui koneksi yang terenkripsi bisa di-*hack* saat *smartphone* hilang atau dicuri sehingga beresiko terhadap pencurian data dan transaksi keuangan tanpa sepengetahuan kita.⁹ Dibutuhkan *smartphone* canggih untuk mengaksesnya. Untuk bisa mengakses aplikasi *mobile banking* memang membutuhkan *smartphone* dengan spesifikasi tertentu.

c. Faktor yang Mempengaruhi Sikap Nasabah terhadap *Mobile Banking*

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *m-banking*. Laporan salah satu bank dalam

⁹ Ibid.,

penelitiannya menginventarisir tiga faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada *mobile banking* yaitu:

1) Keamanan sistem *m-banking*

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui system online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *m-banking*.

2) Kemudahan penggunaan layanan

Kemudahan untuk mengakses system layanan secara online melalui media *m-banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *m-banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses layanan perusahaan jasa perbankan secara mobile akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

3) Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Salah satu faktor menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan *m-banking* adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan. Perusahaan dengan tingkat

kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan *m-banking* nya.¹⁰

3. *Internet Banking*

Internet banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer desktop, laptop, *tablet*, atau *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank.

Internet banking ini dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif. *Internet banking* merupakan sebuah aktivitas atau proses transaksi yang dilakukan dengan menggunakan jaringan internet yang dapat dilakukan di rumah maupun di kantor dan juga tempat lainnya. Dengan penggunaan *internet banking* mempermudah nasabah dan juga petugas bank dalam

¹⁰ Melfi Adela, “Pengaruh Layanan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Raja Basah),” *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2020), 18-19.

bertransaksi sehingga tidak menimbulkan kerepotan dan itu bersifat fleksibel.¹¹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Lailiah bahwa *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga *internet banking* merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya *internet banking* akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.¹² Hal ini didukung dengan indikator yang menyatakan bahwa layanan *internet banking* memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, menurut Lupiyoadi seperti:

- a. Mudah dalam penggunaannya
- b. Tampilan website didesain secara jelas, menarik, dan informatif.
- c. Akurasi informasi dan transaksi perbankan.¹³

4. ATM (*Automatic Teller Machine*)

ATM adalah Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana. ATM (*Automatic Teller Machine*) juga dikenal sebagai Anjungan

¹¹ Riska Frida Nanda, "Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Pengguna *Internet banking* (Studi Kasus Pada Bank BRI Unit II Genteng Banyuwangi)," *Skripsi* (Jember: Universitas Jember, 2019), 13.

¹² Iin Lailiah, "Pengaruh Layanan *Internet banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Kcp Magetan," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 22.

¹³ *Ibid.*, 23

Tunai Mandiri, yaitu sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang *teller* atau kasir.¹⁴

ATM merupakan komputer yang menyediakan perangkat telekomunikasi dengan pelanggan dari lembaga keuangan dengan akses terhadap transaksi keuangan di ruang publik tanpa perlu adanya *teller* bank. Mayoritas ATM modern, pelanggan diidentifikasi dengan memasukkan kartu ATM dengan garis magnetik atau *smartcard* dengan chip yang berisi nomor kartu yang unik dan beberapa keamanan informasi, seperti tanggal kedaluwarsa. Keamanan ATM berwujud nomor PIN (*Personal Identification Number*) yang dimiliki oleh nasabah.¹⁵

Fasilitas ATM (Anjungan Tunai Mandiri) akan mempercepat waktu dalam bertransaksi dan mengurangi tingkat kesalahan dalam memberikan layanan. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan nasabah dan keuntungan perusahaan. Untuk mencapai kepuasan nasabah maka diperlukan perlengkapan dan kegunaan produk, termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan

¹⁴ Siti Rochmah, Fidyah Yuli Ernawati, "Pengaruh Layanan Automatic Teller Machine (ATM), Internet Banking, dan Mobile Banking terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pati)," *Jurnal Infokam*, Vol. XVIII, No. 1, (2022),

¹⁵ Nurul Husna, "Pengaruh Layanan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BSM Cabang Banda Aceh," *Skripsi* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2019), 15.

misalnya tersedianya fasilitas ATM di berbagai lokasi-lokasi strategis.¹⁶

Indikator ATM (*Automatic Teller Machine*) menurut Etin Kurniatin antara lain :

- a. Mudahnya persyaratan mendapatkan kartu ATM
- b. Lokasi mesin ATM yang strategis dan mudah dijangkau
- c. Mudah dibawa kemana-mana.¹⁷

B. Kajian Pustaka

Adanya pengambilan studi penelitian terdahulu di fungsikan untuk memperoleh bahan perbandingan sebagai tolak ukur hasil penelitian. Selanjutnya guna menghindari adanya kesamaan dengan penelitian yang dilakukan selanjutnya. Oleh karena itu dalam studi penelitian terdahulu ini, peneliti menjabarkan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1

Review Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Indriani H. Ismail dkk, Jurnal “Pengaruh Layanan ATM dan <i>M-banking</i> terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan ATM berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), ATM (X ₃), Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Internet Banking</i> (X ₂)

¹⁶ Indriani H. Ismail dkk, “Pengaruh Layanan ATM Dan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Sidrap,” *Mattaro’: Jurnal Perbankan syariah*, Volume 1, No. 1, (2022), 41.

¹⁷ Etin Kurniatin, “Pengaruh Fasilitas Layanan *Mobile Banking*, ATM dan Kinerja Karyawan Nasabah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BTN Syariah Mataraman,” *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2021).

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Kepuasan Nasabah di BSI Sidrap” ¹⁸	nasabah dan <i>M-banking</i> berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah		
2.	Mayang Julia Anggraini dkk, Jurnal “Pengaruh Layanan <i>Mobile banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Muamalat tbk, Kantor Cabang Binjai” ¹⁹	Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃)
3.	Nurul Laily Abdulloh Putri & Wahyu Dwi Warsitawati, Jurnal “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Kepercayaan Nasabah Bank	Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia	Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), <i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃)

¹⁸ Ibid.,

¹⁹ Mayang Julia Anggraini, dkk, “Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume e, No. 2, (2022).

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger” ²⁰	(BSI) pasca adanya merger		
4.	Siti Rochmah & Fidyah Yuli Ernawati, Jurnal “Pengaruh Layanan <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM), <i>Internet Banking</i> , dan <i>Mobile Banking</i> terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah” ²¹	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Automatic Teller Machine</i> , <i>Internet banking</i> , dan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah.	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), <i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃), Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan Nasabah (Y)
5.	Abdillah Mundir & Lilik Nurhayati, Jurnal “Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan <i>Mobile banking</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃)

²⁰ Nurul Laily Abdulloh Putri, Wahyu Dwi Warsitasari, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah BSI Pasca Merger,” *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 6 No. 1 (2022).

²¹ Siti Rochmah, Fidyah Yuli Ernawati, “Pengaruh Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), *Internet Banking*, dan *Mobile Banking* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pati),” *Jurnal Infokam*, Vol. XVIII, No. 1, (2022),

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Kabupaten Pasuruan” ²²			
6.	Fitroh Abdul Malik, Skripsi “Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan” ²³	Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah, layanan <i>Mobile banking</i> berpengaruh lemah terhadap loyalitas nasabah, kepuasan tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap loyalitas	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃)
7.	Iin Lailiah, Skripsi “Pengaruh Layanan <i>Internet Banking</i> , <i>Mobile Banking</i> , dan <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah Bank	Variabel layanan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank BRI Syariah KCP Magetan. Serta variabel layanan <i>internet banking</i> , <i>mobile</i>	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), <i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃), Kepuasan	Kepuasan Nasabah (Y)

²² Abdillah Mundir, Lilik Nur Hayati “Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 12 No. 12, (2021).

²³ Fitroh Abdul Malik, “Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan),” *Skripsi* (Jakarta: Unmuh Jakarta, 2021).

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	BRI Syariah KCP Magetan” ²⁴	<i>banking</i> , dan ATM berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di bank BRI Syariah KCP Magetan.	Nasabah (Y)	
8.	Maulida Nurhidayati dan Novi Kurnia Cahyani, Jurnal “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna <i>E-Channel</i> pada Nasabah BSI KCP Ponorogo” ²⁵	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan nasabah, kemudahan tidak berpengaruh pada loyalitas nasabah akan tetapi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh pada loyalitas nasabah.	Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), <i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃)
9.	Melfi Adela, Skripsi “Pengaruh Layana	Variabel keamanan sistem mobile banking	<i>Mobile Banking</i> (X ₁),	<i>Internet Banking</i>

²⁴ Iin Lailiah, “Pengaruh Layanan *Internet banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Kcp Magetan,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

²⁵ Maulida Nurhidayati dan Novi Kurnia Cahyani. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna *E-Channel* pada Nasabah BSI KCP Ponorogo,” *Jurnal Ethihad*, Vol.1, No. 1, (2021), 149

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	n <i>M-banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa). ²⁶	tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kemudahan penggunaan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Kepuasan Nasabah (Y)	(X ₂), ATM (X ₃)
10.	Nurdin Nurdin dkk, Jurnal “Pengaruh Pelayanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kecepatan, keamanan, akurasi data, dan kepercayaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah.	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃)

²⁶ Melfi Adela, “Pengaruh Layanan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Raja Basah),” *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2020)

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Perbankan Syariah IAIN Palu) ²⁷			
11.	Maslakatus Solikah, Skripsi “Pengaruh <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) dan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun” ²⁸	ATM berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, semakin baik fasilitas ATM maka semakin baik juga kepuasan nasabahnya, <i>M-banking</i> berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, semakin baik fasilitas <i>M-banking</i> maka semakin baik juga kepuasan nasabahnya, ATM dan <i>M-banking</i> berpengaru	<i>Mobile Banking</i> (X_1), ATM (X_3), Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Internet Banking</i> (X_2)

²⁷ Nurdin Nurdin dkk, “Pengaruh Pelayanan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 2, No. 1, (2020)

²⁸ Maslakatus Solikah, “Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020)

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		h secara simultan terhadap kepuasan nasabah, semakin baik fasilitas ATM dan <i>M-banking</i> maka semakin baik juga kepuasan nasabahnya.		
12.	Riska Frida Nanda, Skripsi “Perlindungan Hukum bagi Nasabah Pengguna <i>Internet Banking</i> ” ²⁹	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, tanggung jawaban bank atas penyelenggaraan layanan <i>internet banking</i> bagi nasabah. Apabila kesalahan yang dilakukan oleh pihak bank, maka pihak bank dapat dituntut oleh pengguna layanan jasa <i>internet banking</i> dan bank harus bertanggung jawab apabila kemudian timbul kerugian di	<i>Internet Banking</i> (X ₂)	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), ATM (X ₃), Kepuasan Nasabah (Y)

²⁹ Riska Frida Nanda, “Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Pengguna *Internet banking* (Studi Kasus Pada Bank BRI Unit II Genteng Banyuwangi),” *Skripsi* (Jember: Universitas Jember, 2019).

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		pihak pengguna jasa <i>internet banking</i>. Kedua, Sistem keamanan yang dilakukan oleh bank dalam penggunaan layanan <i>internet banking</i>, penulis menemukan bahwa sistem penyelenggaraan <i>internet banking</i> memiliki tingkat keamanan lebih terjamin apabila dibandingkan dengan produk layanan electronic banking lainnya seperti ATM, <i>mobile banking</i> dan <i>phone banking</i>.		
13.	Nurul Husna Sigma, Skripsi “Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank	Secara parsial variabel Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah,	ATM (X_3), Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Mobile Banking</i> (X_1), <i>Internet Banking</i> (X_2)

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh ³⁰	Secara simultan variabel layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.		
14.	Stefhanie Sahanggamu dkk, Jurnal “Analisis Kualitas Layanan, <i>Serviscape</i> dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung ³¹	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas layanan, <i>serviscape</i> dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan. Secara parsial kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan sedangkan <i>serviscape</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.	Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), <i>Internet Banking</i> (X ₂), ATM (X ₃)

³⁰ Nurul Husna, “Pengaruh Layanan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BSM Cabang Banda Aceh,” *Skripsi* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2019).

³¹ Stefhanie Sahanggamu dkk, “Analisis Kualitas Layanan, *Serviscape* Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sinarmas Bitung,” *Jurnal Emba*, Volume 3, Nomor 1, (2019)

No.	Nama/Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
15.	Nining Wahyuningsih, Nurul Janah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> pada Bank Muamalat” ³²	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efesiensi, kepercayaan dan kemudahan secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan nasabah.	<i>Internet Banking</i> (X ₂), Kepuasan Nasabah (Y)	<i>Mobile Banking</i> (X ₁), ATM (X ₃)

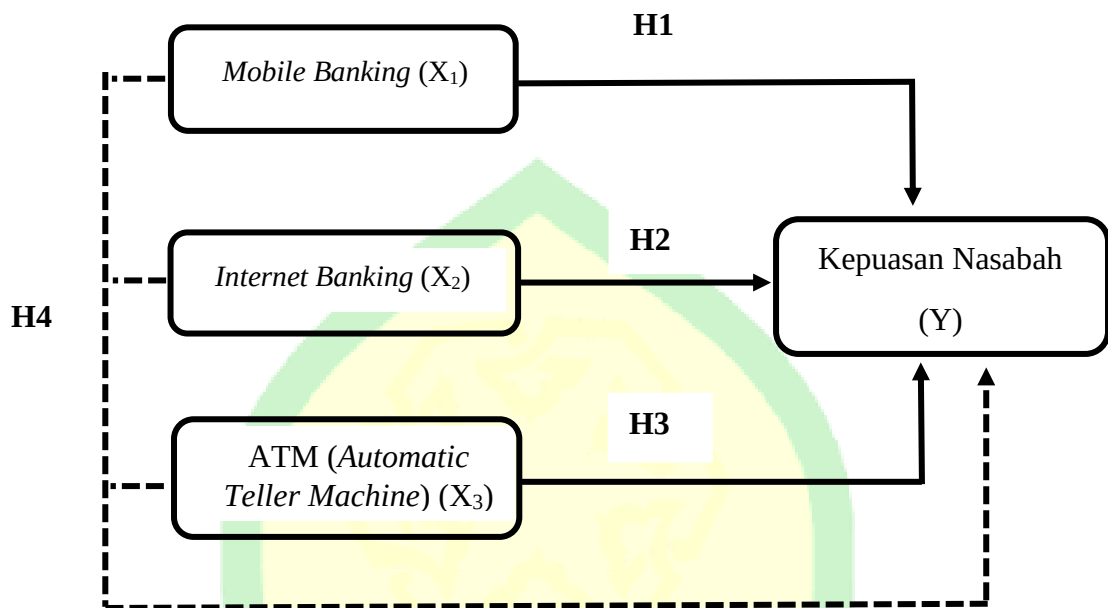
C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran diartikan sebagai model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik adalah yang menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.³³

Berdasarkan landasan teori yang sudah dipaparkan diatas, maka kerangka berpikir penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

³² Nining Wahyuningsih, Nurul Janah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan *Internet Banking* pada Bank Muamalat” *Jurnal Al-Amwal*, Volume 10, No. 2, (2018)

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2016), 60.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Keterangan :

- = Secara simultan
- = Secara parsial

Kerangka pemikiran tersebut menjelaskan terkait adanya pengaruh layanan *mobile banking*, *internet banking*, dan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah. Variabel yang dipengaruhi (variabel terikat) yaitu kepuasan nasabah (Y), sedangkan variabel yang mempengaruhi (variabel bebas) adalah *mobile banking* (X_1), *internet banking* (X_2), dan ATM (*Automatic Teller Machine*) (X_3).

D. Hipotesis

Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian disebut sebagai Hipotesis. Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui

data yang terkumpul.³⁴ Karena itu perlu diadakan penelitian sebelum hipotesis itu diterima atau ditolak, maka berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, dan kerangka berfikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis terkait dengan pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah

Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada *handphone*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Melfi Adela 2020 menyatakan bahwa variabel *M-Banking* berpengaruh negative dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.³⁵ Maka hipotesis pertama yang diuji adalah:

H_0 : *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H_{a1} : *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

2. Hipotesis terkait dengan pengaruh layanan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2007), 156.

³⁵ Melfi Adela, "Pengaruh Layanan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Raja Basah)," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2020).

Internet banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat *computer desktop*, laptop, tablet, atau *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan *system bank*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Iin Lailiah yang menunjukkan bahwa *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.³⁶ Maka hipotesis kedua yang diuji adalah:

H_0 : *internet banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H_{a2} : *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

3. Hipotesis terkait dengan pengaruh layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah

Automatic Teller Machine (ATM) adalah mesin yang menjadi sarana untuk melakukan transaksi perbankan elektronik antara lain penarikan tunai, informasi saldo dan lain sebagainya. Fasilitas ATM akan mempercepat waktu dalam bertransaksi dan mengurangi tingkat kesalahan dalam memberikan layanan. Hal

³⁶ Iin Lailiah, "Pengaruh Layanan *Internet banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Kcp Magetan," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

ini pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan nasabah dan keuntungan perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maslakatus Solikah menyatakan bahwa variabel ATM secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.³⁷ Maka hipotesis ketiga yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H_0 : ATM (*Automatic Teller Machine*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H_{a3} : ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

4. Hipotesis terkait dengan pengaruh layanan *mobile banking*, *internet banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah

H_0 : *mobile banking*, *internet banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H_{a4} : *mobile banking*, *internet banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

³⁷ Maslakatus Solikah, "Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu didalam kehidupan manusia yang dinamakan variabel. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan meneliti langsung pada objek yang akan diteliti. Penelitian lapangan atau dapat pula disebut sebagai penelitian empiris yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancan (lapangan) kerja penelitian.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel ialah suatu yang nilainya bervariasi, berubah menurut waktu, untuk mengetahui perubahan atau berbeda menurut tempat untuk mengetahui perbedaan. Nilai karakteristik suatu elemen merupakan variabel.¹ Pada penelitian ini variabel diidentifikasi menjadi dua variabel yaitu:

- a. Variabel bebas (*independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)* cetakan ke 5 (Bandung: Alfabeta, 2014), 61-62

atau timbulnya variabel dependen.² Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah layanan *m-banking* yang diberi simbol X_1 , *internet banking* diberi simbol X_2 dan ATM (*Automatic Teller Machine*) diberi simbol X_3 .

- b. Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.³ Yang dikaji dalam penelitian ini sebagai variabel terikat yaitu kepuasan nasabah yang diberi simbol Y .

2. Definisi Operasional

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
<i>Mobile Banking</i> (X_1)	Menurut Mundir Dan Nurhayati (2021) <i>Mobile banking</i> atau biasa disebut <i>M-banking</i> merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan	1. Keamanan sistem <i>m-banking</i> 2. Kemudahan penggunaan layanan 3. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan	Melfi Adela (2020) ⁴

² Ahmad Tanzeh, *Metode Peneleitian Praktis* (Jakarta: PT. Bina Ilmu, 2004), 51

³ *Ibid*, 52

⁴ Melfi Adela, "Pengaruh Layanan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Raja Basah)," *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2020).

	kemudahan kegiatan perbankan.		
<i>Internet Banking</i> (X ₂)	Menurut Nanda (2019) <i>Internet banking</i> ini dapat didefinisikan sebagai jasa dan produk bank secara langsung kepada nasabah melalui elektronik, saluran komunikasi interaktif.	1. Mudah dalam penggunaannya 2. Tampilan website didesain secara jelas, menarik, dan informatif. 3. Akurasi informasi dan transaksi perbankan	Iin Lailiah (2021) ⁵
ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>) (X ₃)	Menurut Husna (2019) ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>) juga dikenal sebagai Anjungan Tunai Mandiri, yaitu sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan	1. Mudah nya persyaratan mendapatkan kartu ATM 2. Lokasi mesin ATM yang strategis dan mudah dijangkau 3. Mudah dibawa kemana-mana	Etin Kurniatin (2021) ⁶

⁵ Iin Lailiah, "Pengaruh Layanan *Internet banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI SYARIAH KCP MAGETAN", Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

⁶ Etin Kurniatin, "Pengaruh Fasilitas Layanan *Mobile Banking*, ATM dan Kinerja Karyawan Nasabah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank BTN Syariah Mataraman," Skripsi (Mataram: UIN Mataram, 2021).

	mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang <i>teller</i> atau kasir		
Kepuasan Nasabah (Y)	Kotler (2002) yang menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya.	1. kualitas pelayanan 2. faktor emosional 3. biaya	Nining dan Nurul (2018) ⁷

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Ponorogo, dengan objek penelitian yakni mahasiswa pengguna *mobile banking*, *internet banking* dan ATM yang berada di Kabupaten Ponorogo. Alasan memilih penelitian ditempat ini sebagai lokasi dikarenakan pada daerah tersebut merupakan pusat pendidikan dan terdapat banyak perguruan tinggi yang berbasis

⁷ Nining Wahyuningsih, Nurul Janah, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat" *Jurnal Al-Amwal*, Volume 10, No. 2, (2018),

islam khususnya, mahasiswa nasabah BSI. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret-April 2023.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Jadi pengertian populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok atau kumpulan orang-orang, namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian.⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *mobile banking* di Ponorogo yang banyaknya belum diketahui, karena *mobile banking* merupakan produk pelengkap tabungan yang memberikan kebebasan kepada nasabah untuk menggunakannya atau tidak, sehingga bank hanya mempunyai data jumlah nasabah penabung secara keseluruhan. Beliau juga mengatakan bahwa tidak semua nasabah penabung itu menggunakan *mobile banking*, kebanyakan yang menggunakan adalah kalangan anak muda.⁹ Selain itu didukung oleh *website* BSI yang mengatakan bahwa registrasi BSI *mobile* dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui ATM BSI dan melalui unit kerja BSI, sehingga mungkin ini yang

⁸ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011), 64.

⁹ IR, *Wawancara*, 10 Januari 2023.

menyebabkan bank tidak mempunyai data pasti mengenai jumlah pengguna *mobile banking*.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari suatu populasi yang diteliti lebih dalam. Syarat utama sampel ialah harus mewakili populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.¹⁰

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Non Probability Sampling*. *Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.¹¹ Penelitian ini akan diukur dari mahasiswa laki-laki dan perempuan pengguna *mobile banking* yang berdomisili di Kabupaten Ponorogo. Jika besarnya populasi dalam penelitian tidak diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus *Cochran* (Sugiyono, 2017) seperti ditunjukkan dalam rumus berikut :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

¹⁰ Sukidin dan Mundir, *Metode Penelitian Membimbing Pengantar Kesuksesan Anda Dalam Dunia Penelitian* (Surabaya: Insan Cendikia, 2005), 81.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 82.

keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = peluang benar 5%

q = peluang salah 5%

e = tingkat ketepatan yang diinginkan

Maka jumlah sampel yang dihasilkan adalah :

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

$$n = \frac{(3,84)(0,25)}{(0,01)}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa jumlah sampel minimal yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden dan peneliti menggunakan sampel sebanyak 106 responden.

E. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan

antara dua variabel atau lebih yang datanya dinyatakan dalam bentuk angka-angka dan analisis menggunakan teknik statistik. Dalam penelitian ini ada dua macam data yang diperoleh penulis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian.¹² Dalam hal ini sumber data primernya adalah informasi yang dikumpulkan dari jawaban responden melalui pembagian angket atau kuisisioner.

2. Data Sekunder

Data ini mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang dan bukan peneliti yang melakukan studi mutakhir.¹³ Dalam hal ini penulis memperoleh informasi yang diambil dari jurnal, buku, surat kabar, internet dan kepustakaan lain sebagai bahan penunjang penelitian yang berkaitan dengan pembahasan ini.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan prosedur sistematis untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Guna memperoleh data yang relevan, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan kuesioner atau angket.

¹² Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 128

¹³ Uma Sekaran, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2006, Buku II, Ed.IV), 10

Kuisisioner adalah memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁴ Tujuan pokok penyusunan kuisisioner adalah untuk memperoleh data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan kuisisioner kepada mahasiswa pengguna *mobile banking* di Kabupaten Ponorogo sebagai respondennya yang akan menjawab semua item pertanyaan. Pertanyaan yang disajikan dalam kuisisioner ini adalah pertanyaan tertutup, yaitu responden hanya memilih dari *alternatife* jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Dari daftar pertanyaan yang diajukan pada reponden diolah dengan skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena atau gejala yang telah ditetapkan oleh peneliti.¹⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *Likert* 4 poin atau genap karena dapat membantu dalam menghindari "*Central Tendency Bias*" yang dapat terjadi pada skala *Likert* ganjil. *Central Tendency Bias* adalah tendensi responden untuk memberikan jawaban yang cenderung pada pilihan tengah pada skala *Likert* ganjil, seperti 3 poin atau 5 poin, yang dapat menyebabkan hasil yang tidak akurat.¹⁶

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 199

¹⁵ Ibid., 93

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)* (Bandung: Alfabeta, 2018),

Penentuan skore jawaban:

Tabel 3.2

Penentuan Skor Jawaban

No.	Keterangan	Angka
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Instrument Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam ataupun sosial yang diamati. Jumlah instrument penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan untuk diteliti. Adapun alat bantu yang digunakan adalah berupa kuisisioner atau angket. Kuisisioner merupakan alat yang digunakan untuk membantu dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti yang harus diisi oleh responden. Instrumen yang digunakan oleh penelitian ini adalah *skala Likert*. Instrumen penelitian yang digunakan harus valid dan *reliable*, karena kualitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini sangat penting. Untuk itu validitas dan reabilitas instrument harus dipenuhi.

P O N O R O G O

H. Validitas dan Realibilitas

1. Validitas

Validitas Instrumen adalah ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur, untuk menunjukkan validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian. Validitas adalah sejauh mana suatu pengukuran tepat untuk mengukur suatu tingkat data, atau dengan kata lain apakah pengukuran yang digunakan mengukur sesuatu yang ingin diukur.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Pengambilan keputusannya bahwa setiap indikator valid. Adapun ketentuannya sebagai berikut:¹⁷

- a. Jika nilai $r_{hitung} >$ atau sama dengan r_{tabel} atau r_{hitung} berada dibawah 0,05 dikatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} <$ atau sama dengan r_{tabel} atau r_{hitung} berada dibawah 0,05 dikatakan tidak valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi skor atau jawaban dari pelaksanaan satu instrumen ke instrumen lain dan apabila dilakukan pengukuran berkali-kali terhadap suatu unit akan menghasilkan *output* yang sama.¹⁸ Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas jika Cronbach's Alpha $> 0,60$, maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122

¹⁸ Ety Rochaety, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), 201

tersebut adalah *reliable*. Jika nilai *Cronbachis Alpa* $< 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak *reliabel*¹⁹

Adapun rumus *cronbach alpha* (α) sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t}\right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

$\sum t^2$ = varian total

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kemudian data dikelompokkan berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi, data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.²⁰

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan teknik untuk menguji apakah data variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 239

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), 142

tidak. Ada dua cara untuk mengujinya yaitu dengan analisa grafik dan analisa statistik sederhana. Tujuan dari uji normalitas untuk mengetahui apakah suatu variabel tersebut normal atau tidak. dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan analisa grafik, dengan metode ini peneliti dapat melihat data yang digunakan memberikan distribusi normal atau tidak dengan melihat grafik histogram dan normal *probability plot*. Uji normalitas ini didukung dengan uji *kolmogorof-smirnov*. Uji *kolmogorof-smirnov* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data residual berdistribusi tidak normal.
- 2) Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka

P O N O R O G O

variabel-variabel ini tidak *orthogonal* yaitu nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.²¹

Hubungan antar variabel dapat diketahui dan dapat dideteksi dengan memanfaatkan statistic korelasi *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*, adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF > 10 dan *Tolerance* $< 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi kesamaan varian dari residual antara satu pengamatan ke satu pengamatan lain. Apabila varian dari residual pengamatan satu tetap, maka disebut homokedastisitas dan apabila berbeda maka dapat disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser.

- 1) Apabila koefisien signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 160

- 2) Apabila koefisien signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti terjadi adanya heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variable independent terhadap satu variable dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variable dependen dengan masing-masing prediktornya. Analisis regresi adalah mengenai ketergantungan variabel dependent (terikat) dengan satu atau lebih variabel independent dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y). Persamaan atau rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

β_0 = Konstanta

X_1 = *Mobile Banking*

e = Standart error

X_2 = *Internet Banking*

X_3 = *ATM (Automatic Teller Machine)*

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi parsial untuk masing-masing variable

X_1, X_2, X_3

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Untuk mengetahui nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh *mobile banking* (X_1), *internet banking* (X_2) dan ATM (*Automatic Teller Machine*) (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) signifikan atau tidak. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk mengetahui makna Uji F akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan (Sig. F) dengan tingkat signifikan ($\alpha = 5\%$). Apabila sig. $F < 0,05$ atau apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

P O N O R O G O

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variable dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data tuntun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Insukindro menekankan bahwa koefisien determinasi hanyalah salah satu dan bukan satu-satunya kriteria memilih model yang baik. Alasannya bila suatu estimasi regresi linear menghasilkan koefisien determinasi yang tinggi, tetapi tidak konsisten dengan teori ekonomika yang dipilih oleh peneliti, atau tidak lolos dari uji asumsi klasik, maka model tersebut bukanlah model penaksir yang baik dan seharusnya tidak dipilih menjadi model empiris.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

1. Sejarah Berdirinya BSI

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah bank syariah. Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan bank syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.¹

¹ https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html (diakses pada tanggal 1 September 2023, pukul 11.03).

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).²

Berdirinya BSI adalah bukti dari adanya perkembangan ekonomi dan keuangan syariah. Semakin cepat respon atas Bank Syariah Indonesia, maka dampaknya pada kesejahteraan masyarakat bisa segera dirasakan. Secara umum, perbankan syariah memang berpeluang meningkatkan kesejahteraan Indonesia pada saat ini dan masa mendatang. Indonesia berada di peringkat 10 pada tahun 2018,

² Ibid.,

peringkat 5 pada tahun 2019 dan berada di peringkat 4 pada tahun 2020. Asset bank syariah naik 10,9% dibandingkan konvensional sebesar 7,7%. Kenaikan juga terjadi pada dana pihak ketiga sebesar 11,56% dibandingkan dengan konvensional sebanyak 11,49%. Pembiayaan pada bank syariah naik menjadi 9,42%, yang lebih besar daripada perbankan konvensional sebesar 0,55%. Sebagai bentuk layanan perbankan, Bank Syariah Indonesia harus bersifat universal dan inklusif. Artinya, bank bisa melayani semua orang tanpa batasan agama dan kepercayaan.

Untuk menarik minat semua orang terutama generasi muda, Bank Syariah Indonesia harus mampu memaksimalkan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi terlihat dalam produk dan layanan yang bersifat kompetitif serta memenuhi kebutuhan semua konsumen. Apabila Bank Syariah Indonesia mampu menyediakan layanan tersebut, generasi muda mungkin akan sangat tertarik dan memilih bank syariah. Yang selanjutnya Indonesia menjadi pemimpin perbankan syariah dan makin sejahtera.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank hasil merger dari 3 bank, yakni BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah, dimana dengan adanya merger ini diharapkan akan bisa meningkatkan pasar keuangan syariah di Indonesia yang memiliki potensi besar.³

³ Ibid.,

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi:

Menjadi Top 10 Global Islamic Bank.

Misi:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.⁴

3. Profil Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo

Kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kabupaten Ponorogo. Kantor ini melayani nasabah Bank BSI Syariah untuk membuat rekening baru, setor tunai, penarikan dana simpanan, cek saldo, pengajuan pinjaman / kredit dan layanan, ATM BSI pada produk Bank Syariah Indonesia lainnya.

⁴ https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html, (diakses pada tanggal 6 September, Pukul 13.09).

Keunggulan Bank Syariah Indonesia adalah konsep perbankan yang disesuaikan dengan konsep syariah, mulai dari pinjaman syariah, KPR syariah, kredit syariah dan lainnya. Keunggulan lainnya adalah dari sisi akses online banking dari BSI Net yang sangat mudah dan berkualitas.

Kunjungi kantor BSI terdekat atau hubungi kontak call center untuk informasi lebih lanjut terkait PT Bank Syariah Indonesia.

Jam buka / kerja:

Senin: 8:00 AM - 3:00 PM,

Selasa: 8:00 AM - 3:00 PM,

Rabu: 8:00 AM - 3:00 PM,

Kamis: 8:00 AM - 3:00 PM,

Jumat: 8:00 AM - 3:00 PM,

Sabtu: Closed, Minggu: Closed

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maa yang harus dilakukan adalah membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atrau 5%. Uji siginifikasi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada uji validitas ini jumlah sampelnya (n)= 106 dan besarnya df dapat dihitung $106-2 = 104$ dengan df 98 dan $\alpha = 0,05$ dapat $r_{tabel} = 0,1909$.

Tabel 4.1**Hasil Uji Validitas Variabel *Mobile Banking***

No Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0.421	0.1909	VALID
2	0.556	0.1909	VALID
3	0.425	0.1909	VALID
4	0.517	0.1909	VALID
5	0.488	0.1909	VALID
6	0.299	0.1909	VALID

Sumber : Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pertanyaan pada variabel *mobile banking* terdapat 6 pertanyaan yang dikatakan valid karena memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

Tabel 4.2**Hasil Uji Validitas Variabel *Internet Banking***

No Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
7	0.364	0.1909	VALID
8	0.518	0.1909	VALID
9	0.583	0.1909	VALID
10	0.586	0.1909	VALID
11	0.36	0.1909	VALID
12	0.34	0.1909	VALID

Sumber : Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pertanyaan pada variabel *internet banking* terdapat 6

pertanyaan yang dikatakan valid karena memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel ATM

No Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
13	0.472	0.1909	VALID
14	0.377	0.1909	VALID
15	0.448	0.1909	VALID
16	0.375	0.1909	VALID
17	0.513	0.1909	VALID
18	0.603	0.1909	VALID

Sumber : Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pertanyaan pada variabel ATM terdapat 6 pertanyaan yang dikatakan valid karena memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

No Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
19	0.489	0.1909	VALID
20	0.535	0.1909	VALID
21	0.433	0.1909	VALID
22	0.475	0.1909	VALID
23	0.587	0.1909	VALID
24	0.395	0.1909	VALID

Sumber : Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah terdapat 6 pertanyaan yang dikatakan valid karena memiliki nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

2. Uji Realibilitas

Tabel 4.5

Hasil Uji Realibilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.805	24

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2023

Dari Tabel 4.5 diketahui N of item (butir pernyataan pada kuesioner) ada 24 buah dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,805. Karena nilai $0,8051 > r_{tabel} (0,1891)$ maka dapat disimpulkan bahwa ke 24 pernyataan tersebut reliabel atau konsisten.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 106 responden, dimana yang menjadi responden adalah mahasiswa nasabah BSI dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin dan asal lembaga pendidikan. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut :

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.6

Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	22	20%
2	Perempuan	84	80%
Jumlah		106	100%

Sumber: Hasil Pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa total 106 responden diteliti. Sejumlah 22 responden dengan presentase 20 % laki-laki dan 84 responden dengan presentase 80% adalah perempuan, dengan demikian responden terbanyak adalah perempuan.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Lembaga Perguruan Tinggi

Tabel 4.7

Deskripsi Responden Menurut Lembaga Perguruan Tinggi

No	Lembaga Perguruan Tinggi	Jumlah	Presentase
1.	IAIN Ponorogo	53	50%
2.	UNMUH Ponorogo	32	30%
3.	INSURI	16	15%
4.	Lainnya (Unida, IAI Riyadlul Mubajhidin)	5	5%

Sumber: Hasil Pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa total 106 responden diteliti. Sejumlah 53 responden dengan presentase 50% mahasiswa dari IAIN Ponorogo, 32 responden dengan presentase 30% mahasiswa dari UNMUH Ponorogo, 16 responden dengan presentase 15% mahasiswa dari INSURI dan 5 responden dengan presentase 5% adalah mahasiswa dari universitas lain. Dengan demikian responden terbanyak adalah IAIN Ponorogo.

3. Statistik Deskriptif

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel keamanan, kemudahan akses, kualitas fitur, serta kenyamanan nasabah. Analisis ini menggunakan analisis indeks. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method*.⁵

Batas atas rentang skor : $(\%F \times 4) / 4 = (106 \times 4) / 4 = 106$

Batas bawah rentang skor : $(\%F \times 1) / 4 = (106 \times 1) / 4 = 26,5$

Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 26,5 – 106, dengan rentang sebesar 76,5. Dengan menggunakan *three box method*, maka rentang 3 dibagi menjadi tiga bagian, sehingga menghasilkan rentang

⁵ Augusty, Ferdinand, Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk *skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006). Hlm.43

untuk masing-masing bagian sebesar 26,5 dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks sebagai berikut:

25 – 50 : Rendah

50 – 75 : Sedang

75 – 100 : Tinggi

a. Variabel (Y) Kepuasan Nasabah

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dilakukan terhadap variabel kepuasan nasabah. Variabel Y terdiri dari tiga indikator. dan hasil perhitungan analisis deskriptif yang dilakukan terhadap variabel kepuasan nasabah disajikan sebagai berikut

Tabel 4.8

Statistik Deskriptif Variabel Y

Indikator	Skor				Jumlah	Indeks	Kategori
	1	2	3	4			
Kualitas Pelayanan	4	15	35	43	97	77,5	Tinggi
	4	30	105	172	311		
Faktor Emosional	6	16	38	37	97	75	Tinggi
	6	32	114	148	300		
Biaya	6	20	32	39	97	74,5	Tinggi
	6	40	96	156	298		
Jumlah						227	Tinggi
Rata- rata						75,66	

Sumber: Hasil Pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.8 diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel Kepuasan Nasabah adalah 75,66 dan termasuk dalam kategori tinggi. Artinya menurut responden mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, layanan dan juga kepercayaan nasabah sudah memenuhi diharapkan. Berikut hasil nilai indeks untuk masing-masing indikator:

- 1) Indikator kualitas pelayanan keseluruhan memiliki total indeks 77,5
- 2) Indikator faktor emosional memiliki total indeks 75
- 3) Indikator biaya memiliki total indeks 74,5

Sehingga indikator yang mempunyai nilai indeks tinggi yakni kualitas pelayanan, dan nilai indeks terendah indikator biaya.

b. Variabel X_1 *Mobile Banking*

Tabel 4.9

Statistik Deskriptif Variabel *Mobile Banking*

Indikator	Skor				Jumlah	Indeks	Kategori
	1	2	3	4			
Keamanan sistem <i>m-banking</i>	8	15	35	39	97	74,75	Tinggi
	8	30	105	156	299		
Kemudahan penggunaan layanan	6	24	33	34	97	72,25	Sedang
	6	48	99	136	289		
Kredibilitas perusahaan jasa perbankan	9	20	30	38	97	72,75	Sedang
	9	40	90	152	291		
Jumlah						219,75	Tinggi

Rata- rata		73,25	
-------------------	--	--------------	--

Sumber: Hasil Pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel *mobile banking* adalah 73,25 dan termasuk dalam kategori tinggi. Artinya menurut responden mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, *mobile banking* sudah memenuhi yang diharapkan nasabah. Berikut hasil nilai indeks untuk masing-masing indikator:

- 1) Indikator keamanan sistem *m-banking* memiliki total indeks 74,75
- 2) Indikator kemudahan penggunaan layanan memiliki total indeks 72,25
- 3) Indikator kredibilitas perusahaan jasa perbankan memiliki total indeks 72,75

Sehingga Indeks tertinggi terdapat pada indikator keamanan sistem *m-banking* dengan nilai indeks 74,75. Dan jumlah skor terendah terdapat pada indikator kemudahan penggunaan layanan dengan nilai indeks 72,25.

c. Variabel X_2 *Internet Banking*

Tabel 4.10

Statistik Deskriptif Variabel *Internet Banking*

Indikator	Skor				Jumlah	Indeks	Kategori
	1	2	3	4			
	7	19	34	37	97	73,75	Tinggi

Kemudahan dalam penggunaan	7	38	102	148	295		
Tampilan website didesain secara jelas, menarik & informatif	7	21	33	36	97	73	Tinggi
	7	42	99	144	292		
Akurasi informasi & transaksi perbankan	5	20	33	39	97	75	Tinggi
	5	40	99	156	300		
Jumlah						221,75	Tinggi
Rata- rata						73,91	

Sumber: Hasil Pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel layanan *internet banking* adalah 73,91 dan termasuk dalam kategori tinggi. Artinya menurut responden mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, *internet banking* sudah memenuhi yang diharapkan nasabah. Berikut hasil nilai indeks untuk masing-masing indikator:

- 1) Indikator kemudahan dalam penggunaan memiliki total indeks 73,75
- 2) Indikator tampilan website didesain secara jelas, menarik & informatif memiliki total indeks 73
- 3) Indikator akurasi informasi & transaksi perbankan memiliki total indeks 75

Sehingga Indeks tertinggi terdapat pada indikator akurasi informasi & transaksi perbankan dengan nilai indeks 75. Dan jumlah skor terendah terdapat pada indikator tampilan website didesain secara jelas, menarik & informatif dengan nilai indeks 73

d. Variabel X₃ ATM (*Automatic Teller Machine*)**Tabel 4.11****Statistik Deskriptif Variabel ATM**

Indikator	Skor				Jumlah	Indeks	Kategori
	1	2	3	4			
Mudahnya persyaratan mendapatkan kartu ATM	6	18	38	35	97	74	Tinggi
	6	36	114	140	296		
Lokasi mesin ATM yg strategis & mudah dijangkau	9	24	30	34	97	70,75	Sedang
	9	48	90	136	283		
Kartu ATM mudah dibawa	8	21	33	35	97	72,25	Sedang
	8	42	99	140	289		
Jumlah						217	Tinggi
Rata- rata						72,33	

Sumber: Hasil Pengolahan data primer, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.11 diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel ATM adalah 72,33 dan termasuk dalam kategori tinggi. Artinya menurut responden mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, nasabah percaya atas layanan dan juga produk BS. Berikut hasil nilai indeks untuk masing-masing indikator:

- 1) Indikator mudah nya persyaratan mendapatkan kartu ATM memiliki total indeks 74
- 2) Indikator lokasi mesin ATM yang strategis & mudah dijangkau memiliki total indeks 70,75
- 3) Indikator kartu ATM mudah dibawa memiliki total indeks 72,25

Sehingga Indeks tertinggi terdapat pada indikator mudahnya persyaratan mendapatkan kartu ATM dengan nilai indeks 74,5. Dan jumlah skor terendah terdapat pada indikator lokasi mesin ATM yang strategis & mudah dijangkau dengan nilai indeks 70,75.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov*, dengan Easy Fit. Hasil uji normalitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

	<i>Kolmogorov-Smirnov^a</i>		
	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized Residual_1	0,11971	106	0,08816

Sumber : Hasil olah data primer Easy Fit, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.12, didapatkan bahwa nilai Asymp.sig (P-value) yang diperoleh yaitu di atas alpha ($\alpha=0,05$) yaitu $0,08816 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual sudah memenuhi distribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Ada atau tidaknya gejala multikolonieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variable Inflation Factor*) atau nilai *Tolerance*. Hasil uji multikolonieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolonieritas

		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		B	Std. Error	<i>Tolerance</i>	VIF
1	(Constant)	-0.261	0.863		
	X ₁	-0.006	0.076	0.301	3.326
	X ₂	0.650	0.078	0.285	3.505
	X ₃	0.374	0.068	0.382	2.614

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.13 di atas didapatkan bahwa nilai VIF untuk semua variabel prediktor yaitu X₁ (*Mobile Banking*), X₂ (*Internet Banking*), dan X₃ (ATM) < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terjadi masalah multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan Uji Glejser adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.307	0.560		2.335	0.022
	X ₁	0.072	0.049	0.255	1.449	0.150*
	X ₂	-0.104	0.051	-0.371	-2.052	0.043
	X ₃	0.003	0.044	0.011	0.068	0.946*

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2023

Untuk uji heteroskedastisitas dengan uji glejser dengan nilai absolut dari residual berperan sebagai variabel dependen (variabel terikat). Berdasarkan output pada Tabel 4.14 di atas diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel X₁ yaitu $0,150 \geq 0,05$ dan X₃ yaitu

$0,946 \geq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi untuk dua variabel di atas

2. Model Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel prediktor (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap variabel respon (Y). Berikut hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 4.15

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-0.261	0.863	
	X_1	-0.006	0.076	-0.006
	X_2	0.650	0.078	0.622
	X_3	0.374	0.068	0.355

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2023

Dari hasil analisis diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,261 - 0,006X_1 + 0,650X_2 + 0,374X_3$$

Interpretasi :

- Nilai konstanta memiliki tanda negatif sebesar 0,261. Tanda negatif artinya menunjukkan pengaruh yang tidak searah antara variabel

independen (X_1 , X_2 , X_3) dan variabel dependen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi *mobile banking* (X_1), *internet banking* (X_2), dan ATM (X_3) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel kepuasan nasabah (Y) adalah -0,261.

- b. Koefisien regresi variabel *mobile banking* (X_1) sebesar -0,006 artinya, apabila variabel *mobile banking* (X_1) meningkat sebesar 1 satuan maka akan menurunkan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,006.
- c. Koefisien regresi variabel *internet banking* (X_2) sebesar 0,650 artinya, apabila variabel *internet banking* (X_2) meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,650.
- d. Koefisien regresi variabel ATM (X_3) sebesar 0,374 artinya, apabila variabel ATM (X_3) meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,374.

E. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Tabel 4.16

Hasil Uji T

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.	95,0% <i>Confidence Interval for B</i>

		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-0.261	0.863		-0.302	0.763	-1.972	1.451
	X ₁	-0.006	0.076	-0.006	-0.077	0.938	-0.157	0.145
	X ₂	0.650	0.078	0.622	8.300	0.000*	0.495	0.806
	X ₃	0.374	0.068	0.355	5.484	0.000*	0.239	0.510

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2023

- a. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.16 di atas, dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai signifikansi (P-value) variabel *mobile banking* pada uji T adalah 0,938 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,938 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah terima H_0 . Sehingga variabel *mobile banking* (X₁) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).
- b. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.16 di atas, dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai signifikansi (P-value) variabel *internet banking* pada uji T adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah tolak H_0 . Sehingga variabel *internet banking* (X₂) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).
- c. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.16 di atas, dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai signifikansi (P-value) variabel ATM pada uji T adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah tolak H_0 .

Sehingga variabel ATM (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

2. Uji F (Simultan)

Tabel 4.17

Hasil Uji F

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	606,443	3	202,148	174,319	0,000 ^b
	Residual	118,284	102	1,160		
	Total	724,726	105			

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2023

Hasil pengujian model regresi untuk keseluruhan variabel menunjukkan nilai $F_{hitung}=174,319$ dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (2,69). Kemudian dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 (5%), hasil tersebut didapat bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, ($0,000 < 0,05$), sehingga didapatkan kesimpulan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh variabel prediktor yaitu *mobile banking* (X_1), *internet banking* (X_2), dan ATM (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y)

3. Koefisien Determinasi (*R Square*)

Tabel 4.18

Hasil Uji R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,915 ^a	0,837	0,832	1,07687

Sumber : Hasil olah data SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4.18 di atas, nilai R-square sebesar 0,837 (83,7%) yang berarti nilainya cukup besar, yang menandakan bahwa variabel prediktor pada analisis memiliki pengaruh sebesar 83,7%, dan sisanya (16,3%) dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini menandakan bahwa variabel X_1 , X_2 , X_3 memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen (Y).

F. Pembahasan

1. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi (*P-value*) variabel *mobile banking* pada uji T adalah 0,938 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,938 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah terima H_0 . Sehingga variabel *mobile banking* (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Temuan ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Melfi Adela yang berjudul “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)” bahwa variabel *M-Banking* berpengaruh negative dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.⁶

Berdasarkan hasil wawancara dari salah satu mahasiswa pengguna mobile banking, AR menyatakan dirinya cukup menggunakan fitur *mobile banking* BSI yang mudah dipahami dan kemudahan transaksi lainnya turut membantu. Namun *mobile banking* BSI atau yang biasa disebut BSI Mobile sering terjadi gangguan seperti *system error* diduga lantaran adanya serangan siber terhadap jaringan perbankan, pemulihan system yang cukup lamban sampai berhari-hari bahkan ada beberapa dana nasabah juga yang raib⁷. Banyak nasabah yang kecewa karena merasa sudah mempercayakan penuh pengelolaan dananya pada pihak terkait, hal tersebut berdampak pada kepuasan nasabah.

2. Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi (*P-value*) variabel *internet banking* pada uji T adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah tolak H_0 . Sehingga variabel

⁶ Melfi Adela, “Pengaruh Layanan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Raja Basah),” *Skripsi* (Metro: IAIN Metro, 2020).

⁷ AR, *Wawancara*. 12 Mei 2023.

internet banking (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iin Lailiah dengan judul “Pengaruh Layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan” yang menunjukkan bahwa *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.⁸ Sehingga semakin tinggi kualitas *internet banking* semakin tinggi pula kepuasan yang didapatkan nasabah, begitupun sebaliknya.

3. Pengaruh ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi (*P-value*) variabel ATM pada uji T adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah tolak H_0 . Sehingga variabel ATM (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maslakatus Solikah menyatakan bahwa variabel ATM secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁹

⁸ Iin Lailiah, “Pengaruh Layanan *Internet banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Kcp Magetan,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

⁹ Maslakatus Solikah, “Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020).

Mudahnya persyaratan mendapatkan kartu ATM, Lokasi mesin ATM yang strategis dan ATM yang mudah dibawa kemana-mana merupakan factor yang menunjang kepuasan nasabah. Jika semakin baik fasilitas ATM/*Automatic Teller Machine* maka semakin tinggi pula kepuasan dari nasabah, dan sebaliknya.

4. Pengaruh *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan ATM terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji F secara keseluruhan variabel menunjukkan nilai $F_{hitung}=174,319$ dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (2,69). Kemudian dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 (5%), hasil tersebut didapat bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, ($0,000 < 0,05$), Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh variabel prediktor yaitu *mobile banking* (X_1), *internet banking* (X_2), dan ATM (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Hasil uji regresi linier berganda yang dilakukan menghasilkan nilai R-square sebesar 0,837 (83,7%) yang berarti nilainya cukup besar, yang menandakan bahwa variabel prediktor pada analisis memiliki pengaruh sebesar 83,7%, dan sisanya (6,3%) dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini menandakan bahwa variabel X_1 , X_2 , X_3 memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen (Y). Temuan ini didukung oleh penelitian Iin Lailiah

menyatakan bahwa layanan internet banking, mobile banking, dan *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan pengaruh layanan *mobile banking*, *internet banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI di Kabupaten Ponorogo, berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan pada bab I dan hasil pengujian data yang telah dilakukan serta pembahasan yang dipaparkan dalam bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi (*P-value*) variabel *mobile banking* pada uji T adalah 0,938 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,938 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah terima H_0 . Sehingga variabel *mobile banking* (X_1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).
2. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi (*P-value*) variabel *internet banking* pada uji T adalah 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah tolak H_0 . Sehingga variabel *internet banking* (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).
3. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi (*P-value*) variabel ATM pada uji T adalah 0,000 dimana nilai tersebut

lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keputusannya adalah tolak H_0 . Sehingga variabel ATM (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

4. Berdasarkan hasil uji F secara keseluruhan variabel menunjukkan nilai $F_{hitung}=174,319$ dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (2,69). Kemudian dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 (5%), hasil tersebut didapat bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, ($0,000 < 0,05$), sehingga didapatkan kesimpulan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh variabel prediktor yaitu *mobile banking* (X_1), *internet banking* (X_2), dan ATM (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran, sebagai berikut :

1. Bagi Perbankan

Bank Syariah Indonesia disarankan untuk terus berupaya menjaga dan mengembangkan kualitas-kualitas layanan *mobile banking* salah satunya keamanan sistem. Karena semakin berkualitas layanan maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah. Selain itu pihak bank juga harus menjaga kepercayaan nasabahnya karena kepercayaan juga sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti menggunakan variabel yang berbeda dan tidak hanya variabel *mobile banking*, *internet banking* dan ATM karena dari hasil yang didapat sudah cukup kuat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah di bank syariah., serta sampel yang digunakan lebih besar lagi untuk mewakili populasi.



DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku

- Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Rochaety, Eti, Ratih Tresnati & Abdul Madjid Latief. *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007.
- Sadjojo, Nidjo. *Metode Analisis Jalur (Path Analysis) dan Aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2011
- Sekaran, Uma. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Siregar, Sofyan. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2007.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D*. Bandung: CV Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)* cetakan ke 5. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sukidin, Mundir. *Metode Penelitian Membimbing Pengantar Kesuksesan Anda Dalam Dunia Penelitian*. Surabaya: Insan Cendikia, 2005.
- Supriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Sutanto, Herry dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Tampubolon, Nelson, Irwan Lubis & Agus E. Siregar. *Bijak Ber-Electronic Banking*. Jakarta: Ojk, 2015.

Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras, 2011.

Daftar Jurnal

Anggraini, Mayang Julia, Abdullah Sani & Arfan Harahap. “Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Binjai,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 3 No. 2 2022.

Hariyanto. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Atm Bni Syariah Di Banjarmasin,” *Jurnal At-Taradhi*, Volume 4 2013.

Ismail, Indriani H, Budi Prayetno & Yuliasuti. “Pengaruh Layanan ATM Dan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Sidrap,” *Mattaro’: Jurnal Perbankan syariah*, Volume 1 No. 1 2022.

Nurhidayati, Maulida, Novi Kurnia Cahyani. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna *E-Channel* pada Nasabah BSI KCP Ponorogo” *Jurnal Ethihad*, Vol.1, No. 1 2021.

Mundir, Abdillah, Lilik Nur Hayati. “Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari’ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan” *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 12 No. 12 2021.

Nurdin, Indah Musyawarah & Nurfitriani. “Pengaruh Pelayanan *Mobile banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* Vol. 2 No. 1 2020.

Putri, Nurul Laily Abdulloh, Wahyu Dwi Warsitasari. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kepercayaan Nasabah BSI Pasca Merger,” *Wadiah: Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 6 No. 1 2022.

Rochmah, Siti, Fidyah Yuli Ernawati. "Pengaruh Layanan Automatic Teller Machine (ATM), Internet Banking, dan Mobile Banking terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Pati)," *Jurnal Infokam*, Vol. XVIII, No. 1 2022.

Sahanggamu, Stefhanie, Lisbeth Mananeke & Jantje Sepang. "Analisis Kualitas Layanan, Servicescape Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Bitung." *Jurnal Emba* Vol.3 No.1. Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2015.

Wahyuningsih, Nining, Nurul Janah. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat" *Jurnal Al-Amwal*, Volume 10 No. 2 2018.

Daftar Skripsi

Adela, Melfi. "Pengaruh Layanan *M-banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Raja Basah)," *Skripsi*. Metro: IAIN Metro, 2020.

Husna, Nurul. "Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda." *Skripsi*. Aceh: UIN Ar-Raniry, 2019.

Lailiah, Iin. "Pengaruh Layanan *Internet banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Kcp Magetan," *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.

Malik, Fitroh Abdul. "Pengaruh Layanan *Mobile banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada PT.Bank BNI Syariah Kantor Cabang Fatmawati Jakarta Selatan)," *Skripsi*. Jakarta: Unmuh Jakarta, 2021.

Nanda, Riska Frida. "Perlindungan Hukum Bagi Nasabah Pengguna *Internet banking* (Studi Kasus Pada Bank BRI Unit II Genteng Banyuwangi)," *Skripsi*. Jember: Universitas Jember, 2019.

Putra, Tofan Kimoro. “Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah,” *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga, 2016.

Solikah, Maslakatus. “Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun,” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020.

Lain-lain

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/44678/kominfo-lanjutkan-lima-program-prioritas-di-2023/>, (diakses pada tanggal 20 Januari 2023, Pukul 20.20).

https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html (diakses pada tanggal 1 September 2023, Pukul 11.03).

https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html, (diakses pada tanggal 6 September, Pukul 13.09).

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/348>, (diakses pada tanggal 20 Januari 2023, Pukul 20.30).

AR, Wawancara. 12 Mei 2023

GM, Wawancara. 25 Oktober 2022

IR, Wawancara. 10 Januari 2023

SS, Wawancara. 25 Oktober 2022

