

**PENGARUH LAYANAN *SELF SERVICE TECHNOLOGY*,
KUALITAS LAYANAN, DAN AKSESIBILITAS TERHADAP
KEPUASAN NASABAH BANK MUAMALAT KANTOR
CABANG MADIUN**

SKRIPSI



HIDAYATUL HASANAH

402190220

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

ABSTRAK

Hasanah, Hidayatul. Pengaruh Layanan *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun. Skripsi.2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Moh. Faizin, M.S.E.

Kata Kunci: Kepuasan, *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, Aksesibilitas

Bank Muamalat KC Madiun merupakan salah satu bank syariah yang berada di Kota Madiun. Bank muamalat sendiri juga sudah bertransformasi dengan mengaplikasikan perbankan digital. Namun dalam layanan digital tersebut terkadang rumit dan tidak sesuai dengan ekspektasi nasabah. Bank Muamalat Madiun sendiri melingkupi daerah Madiun, Magetan, dan Ngawi sehingga nasabah merasa keberatan terhadap aksesibilitas lokasi yang cenderung jauh. Ditambah layanan ATM yang belum mengintegrasikan transaksi setor tunai. Sehingga dari sisi *self service technology*, kualitas layanan di bank sendiri maupun aksesibilitas dari nasabah menuju lokasi bank dapat mempengaruhi dari kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas terhadap nasabah Bank Muamalat KC Madiun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner baik melalui media *g-form* maupun secara offline atau langsung. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *randomly sampling*. Variabel independen yang digunakan yaitu *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas. Sedangkan variabel dependennya kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linier sederhana dan berganda, uji R square, uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara parsial. Hasil uji-t yang dilakukan juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan secara parsial dengan signifikansi kurang dari α . Sedangkan uji F memenuhi syarat yaitu $F_{hitung} > F_{Tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari α . Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.



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

Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Hidayatul Hasanah	402190220	Perbankan Syariah	Pengaruh <i>Self Service Technology</i> , Kualitas Layanan, Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Pembantu Madiun

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

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

Ponorogo, 28 April 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Muhtadin Amri, M.S.Ak.

NIP.198907102018011001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Moh Fajzin, M.S.E

NIP. 198406292018011001



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 *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

Nama : Hidayatul Hasanah

NIM : 402190220

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. Aji Damanuri, MEI

NIP. 197506022002121003

Penguji I

Faruq Ahmad Futaqi, M.E.

NIP. 198311262019031006

Penguji II

Moh Faizin, M.S.E

NIP. 198406292018011001

()
:
()
:
()

Ponorogo, 16 Mei 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAN Ponorogo



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

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hidayatul Hasanah

NIM : 402190220

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Layanan *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun

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

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 25 Mei 2023



Hidayatul Hasanah

NIM 402190220

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Hidayatul Hasanah

NIM : 402190220

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

“PENGARUH LAYANAN *SELF SERVICE TECHNOLOGY*, KUALITAS LAYANAN, DAN AKSESIBILISITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK MUAMALAT KANTOR CABANG MADIUN”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya dari saya sendiri, kecuali beberapa bagian yang telah dirujuk sebelumnya.

Ponorogo, 22 Mei 2023

Pembuat pernyataan



Hidayatul Hasanah
402190220

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Deskripsi Teori.....	14
B. Kajian Pustaka.....	24
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	37

BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	40
C. Lokasi Dan Periode Penelitian	43
D. Populasi Dan Sampel	43
E. Jenis Dan Sumber Data	45
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Instrumen Penelitian	46
H. Validitas Dan Reabilitas Instrumen	46
I. Tehnik Pengolahan Dan Analisis Data	47
BAB IV PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas Dan Reliabilitas)	57
C. Hasil Pengujian Deskriptif	59
D. Hasil Pengujian Hipotesis	62
E. Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Percepatan adalah suatu hal umum yang dialami semua individu dalam masa modern ini. Semua aspek dalam kehidupan suatu masyarakat juga harus berkembang sejalan dengan percepatan tersebut. Aspek ekonomi, pendidikan, pelayanan publik, kesehatan dan bidang yang lainnya. Salah satu bidang yang bertransformasi selaras dengan perkembangan tersebut adalah perbankan. Perbankan mengaplikasikan digitalisasi sebagai upaya mengimbangi pola kehidupan masyarakat yang berubah.

Dengan perubahan perbankan tersebut, sebagai lembaga pengawas lembaga keuangan diluar urusan moneter yaitu OJK (Otoritas Jasa Keuangan) memberikan payung hukum dalam penyelenggaraan pelayanan digital tersebut yaitu, PJOK No 12/ PJOK 03/2018 Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum.¹ Peraturan tersebut mengatur tentang sistematika atau kode etik dalam pelaksanaan layanan digital baik bank konvensional maupun bank syariah. Berdasarkan peraturan tersebut layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat,

¹ “Peraturan Ojk No. 12 /Pojk.03/2018 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum,” Diakses 1 Desember 2022, <https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Home/Details/128612/Peraturan-Ojk-No-12-Pojk032018-Tahun-2018>.

mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan.²

Indonesia sebagai negara muslim 88 % dari penduduknya bergama islam yang menyebabkan budaya Indonesia memiliki DNA gaya hidup halal (*halal lifestyle*).³ Jika dilihat dari jumlah penduduknya saja menjadikan industri keuangan syariah seharusnya menjadi suatu hal yang lebih diminati ketimbang keuangan konvensional. Salah satu lembaga keuangan syariah yaitu bank syariah, bank syariah menjanjikan pengaplikasian akad-akad islami sebagai salah satu nilai yang ditawarkan dalam lembaga tersebut.

Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat yang berdiri sejak tahun 1991.⁴ Bank Muamalat dapat berdiri dikarenakan desakan dari para pengusaha dan cendekiawan muslim yang ingin memulai gebrakan baru untuk hadirnya suatu lembaga keuangan yang pengoperasiannya sesuai landasan syariah. Sehingga peran pemerintah, cendekiawan muslim dan pengusaha muslim yang. Sebagai bank yang menjadi pondasi awal dari adanya sistem perbankan syariah di Indonesia tersebut diketahui bahwa bank muamalat telah menjadi bank yang tersebar di seluruh Indonesia bahkan merambah di negara tetangga yaitu Malaysia. Menjadi salah satu bank syariah terbesar dibuktikan

² “Peraturan Ojk No. 12 /Pojk.03/2018 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum.”

³ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal Di Indonesia* (Uin-Maliki Press, 2017).

⁴ www.muamalat.com, “Laporan Tahunan Bank Muamalat 2021,” 2021.

dengan *top brand* iengan kategori tabungan syariah berada di urutan ketiga.⁵ Sehingga pangsa pasar dari perbankan syariah menempati posisi ketiga.

Bank Muamalat memiliki cabang di seluruh Indonesia, salah satu cabang berada di Kota Madiun. Menjadi bank syariah yang pertama berdiri di Kota Madiun yaitu pada tahun 2007, tentunya dari aspek pengetahuan di masyarakat terhadap nama *brand* ketimbang bank syariah seharusnya lebih unggul. Namun belakangan terjadi ketimpangan karena bermunculan usaha pesaing yang menawarkan produk yang lebih menjanjikan. Sehingga perlunya sistem dimana nasabah tidak lari ke usaha pesaing dengan tetap memepertahankan dari sisi kepuasan nasabah. Karena nasabah yang puas merupakan salah satu faktor dari loyalitas nasabah.⁶

Inovasi dibutuhkan untuk persaingan pasar dan memimalisir nasabah beralih ke bank lain , contohnya dengan penerapan digitalisasi perbankan lewat *self service technology*. Inovasi ini sangat berguna apalagi dalam pandemi yang berlangsung beberapa bulan lalu. Digitalisasi sendiri disambut baik oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menghimbau untuk lembaga perbankan segera beralih ke digital. Dengan dikeluarkannya POJK NO. 12/POJK.03/2021 tentang bank umum dan POJK NO. 13/POJK.03/2021 tentang penyelenggaraan produk bank umum. Serta POJK NO. 14/POJK.03/2021 tentang perubahan POJK NO.

⁵ Top Brand Award, "Top Brand Index Tabungan Syariah," 2022.

⁶ Maulida Nurhidayati Dan Novi Kurnia Cahyani, "Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna E-Channel Pada Nasabah Bsi Kcp Ponorogo," *Etihad: Journal Of Islamic Banking And Finance* 1, No. 2 (2021): 146–57.

34/POJK.03/2018 tentang penilaian kembali pihak utama lembaga jasa keuangan.⁷

Digitalisasi perbankan yang dianjurkan oleh OJK tersebut dapat diaplikasikan dengan pelayanan *self service technology*. Sedangkan pengertian *self service technology* (SST) menurut Lupiyoadi adalah perantara teknologi yang memungkinkan pembeli dapat menghasilkan sendiri pelayanan tanpa menggantungkannya kepada karyawan. SST menggantikan kontak langsung antara pelanggan dengan karyawan dalam proses pelayanannya.⁸ Contoh penerapan *self service technology* yaitu pembuatan akun rekening secara mandiri, transaksi transfer, pembayaran kebutuhan sehari-hari, pengisian dompet digital, penanganan keluhan, hingga pemblokiran akun dapat dilakukan sendiri oleh nasabah. Pembuatan akun rekening dalam Bank Muamalat menggunakan teknologi *Smart Opening Account* (SAO) dengan aplikasi Muamalat-DIN. Nasabah dapat membuat akun secara pribadi menggunakan aplikasi tersebut dan tidak menggunakan persyaratan yang rumit dalam pembuatan akunnya.⁹

Pernyataan bahwa pembuatan akun mudah yang mudah selaras dengan peningkatan pengguna Muamalat-DIN baru dari tahun 2019-2022. Dari awal *launching* layanan Muamalat-DIN pada tahun 2019 dengan jumlah pengguna baru berkisar 300-an sekarang telah mencapai 1.000 lebih.

⁷ “Peraturan Ojk No. 12 /Pojk.03/2018 Tahun 2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum,” 2018.

⁸ R. Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Tiga (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 289.

⁹ Fahira Setia Arinda, Wawancara, 10 Maret 2023.

Tabel 1. 1

Pengguna Baru Muamalat-DIN BMI Madiun tahun 2019-2022

Tahun	Pengguna Baru Muamalat-DIN
2019	386
2020	411
2021	658
2022	1993

Sumber : Arsip Bank Muamalat KC Madiun

Sehingga dari pernyataan diatas *self service technology* baik dari segi pembuatan akun degan SAO dapat dilkaukan dengan mudah oleh nasabah sehingga dapat berakibat dengan meningkatnya jumlah pengguna baru Muamalat-DIN. Pernyataan berbeda ditemukan pada salah satu nasabah bahwa penggunaan fitur SAO bank muamalat dirasa sulit sehingga menyebabkan nasabah harus menuju ke cabang terdekat untuk menyelesaikan pembuatan akun tersebut. Ditambah jumlah ATM yang merupakan salah satu layanan SST hanya dapat dijumpai pada beberapa tempat saja dan sistem layanan ATM belum dapat memanfaatkan fitur setor tunai.¹⁰

Frontl liner sebagai aparatur suatu bank yang berurusan langsung dengan nasabah tentu saja menjadi kunci dari kualitas layanan. Sedangkan pengertian kualitas layanan adalah kemampuan merencanakan, menciptakan,

¹⁰ Ira Rahayu, Wawancara, 10 Maret 2023.

dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Dengan jaminan berupa ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang lebih hemat, ketepatan waktu memberikan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada konsumen.¹¹

Bank Muamalat KC Madiun memiliki teller dan *customer service* sebanyak satu masing-masing jabatan tersebut. Tentu saja terdapat penumpukan nasabah yang mengantri pada jam tertentu. Keluhan kadang disampaikan dari pihak nasabah untuk menambah jumlah personil baik teller dan *customer service*. Karena waktu tunggu yang semakin lama membuat kualitas dari sebuah pelayanan menurun.¹² Sehingga pelayanan di BMI Madiun tidak memenuhi dalam hal ketepatan waktu memberikan layanan dan kemampuan memberikan kesenangan dan nyaman.¹³ Bahkan muncul sebuah *mindseat* dari segelintir nasabah bahwa bank tersebut memberikan kualitas layanan yang buruk.

Segi lokasi jangkauan atau aksesibilitas juga menjadi salah satu faktor ketertarikan maupun kepuasan nasabah terhadap mengonsumsi produk baik jasa maupun barang. Aksesibilitas lokasi sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah lokasi usaha mampu untuk dijangkau atau dilalui.¹⁴ Dari segi aksesibilitas lokasi tentunya sangat memberatkan bagi nasabah karena lingkup daerah dari nasabah dari daerah Madiun, Magetan, dan Ngawi. Apalagi

¹¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 91.

¹² Ahmad Bustomi, Wawancara, 10 Maret 2023.

¹³ Hidayatul Hasanah, Observasi, 30 September 2022.

¹⁴ Fandy Tjiptono Dan Gregorius Chandra, *Service, Quality And Satisfaction*, Edisi Tiga (Yogyakarta: Andi, 2011), 51.

kantor yang tersedia hanya berada di Madiun. Dengan kantor Bank Muamalat terdekat berada di Ponorogo. Bank Muamalat Madiun sendiri memiliki mayoritas nasabah berdomisili di sekitar Pondok Al-Fatah Temboro, karena menurut penuturan dari Bapak Affandi sebagai *Branch Manager* BMI Madiun memang memiliki kerjasama dengan Pondok Al Fatah Temboro.¹⁵

Pondok Al Falah Temboro sendiri berada di Magetan berbatasan dengan Kabupaten Ngawi sedangkan jarak menuju kantor Bank Muamalat Madiun cukup jauh. Sehingga terdapat sejumlah nasabah merasa keberatan dengan hal tersebut apalagi terdapat transaksi yang mengharuskan nasabah harus ke kantor bank secara langsung, misalnya transfer atau setor tunai dengan jumlah besar. Ditambah fasilitas ATM Bank Muamalat belum terdapat fitur setor tunai sehingga hal ini sangat memberatkan nasabah. Akses ATM bagi mayoritas nasabah pun cukup sulit karena layanan ATM hanya tersebar pada tiga ATM wilayah Temboro dan satu ATM di Kantor BMI Madiun.¹⁶ Sehingga dari pernyataan tersebut kemudahan dalam aksesibilitas lokasi bank dan ATM sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Suatu kualitas produk dan pelayanan yang baik tentu saja berdampak pada kepuasan nasabah. Seperti teori yang dikemukakan oleh Hadi Irawan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan yaitu kualitas produk, pelayanan, emosional, harga atau biaya, dan kemudahan.¹⁷ Sedangkan kepuasan sendiri

¹⁵ Affandi Sophia Wijaya, Wawancara, 10 Maret 2023.

¹⁶ Indra Purdita, Wawancara, 10 Maret 2023.

¹⁷ Hadi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009),

adalah kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.¹⁸ Dari segi layanan yaitu *self service technology* dan kualitas layanan, serta kemudahan yang ditunjukkan dengan aksesibilitas ditemukan data bahwa dinilai kurang memuaskan. Seharusnya dari sisi kepuasan nasabah mengalami penurunan namun tidak sejalan dengan di kenyataan dimana kepuasan nasabah Bank Muamalat Madiun tetap tinggi dibuktikan dengan peningkatan jumlah nasabah baru. Dapat diketahui bahwa salah satu indikator dari kepuasan adalah merekomendasikan ke pihak lain sehingga hal ini dapat terjadi pada realita di lapangan.

Tabel 1. 2

Jumlah nasabah baru BMI Madiun 2020-2022

Tahun	Pembukaan rekening baru di Bank Muamalat Madiun
2020	838
2021	1004
2022	1304

Sumber : Arsip Bank Muamalat KC Madiun

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah baru Bank Muamalat KC Madiun setiap tahunnya mengalami peningkatan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah juga relatif meningkat.

¹⁸ Tjiptono Dan Chandra, *Service, Quality And Satisfaction*, 312.

Pengaruh layanan *self service technology* dan kuliatas layanan terhadap kepuasan sebelumnya telah diteliti oleh Robby Syifa'ul Mahrun, Siti Aisah, dan Iftitahul Jauharyah yang menghasilkan. Penelitian yang dilakukan oleh Niken Nanincova dan Satria Mirsyah Affandy Nasution yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan. Kemudian dalam hal aksesibilitas pada penelitian yang dilakukan oleh Sendi Arief Prawira dan Diah Pranitasari yang menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan.¹⁹ Sehingga dari beberapa penelitian tersebut terdapat kesenjangan dari beberapa sampel wawancara dengan nasabah dengan hasil penelitian terdahulu. Maka dengan ini peneliti berminat mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Layanan Self Service Technology, Kualitas Layanan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun”**

B. RUMUSAN MASALAH

Sesuai dengan paparan latar belakang yang telah di bahas sebelumnya, maka dapat dirumuskan pokok rumusan masalah yang selanjutnya dikaji dan dianalisis lebih lanjut, yaitu :

1. Apakah layanan *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

¹⁹ Sendi Arief Prawira Dan Diah Pranitasari, “*The Effect Of Accessibility, Innovation And Quality Of Public Facilities Services On The Satisfaction Of Passengers With Disabilities On Jakarta Electric Railway,*” *Indonesian College Of Economics*, 2020.

3. Apakah aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun
4. Apakah layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan paparan latar belakang dan rumusan masalah maka dapat diketahui tujuan penelitian dari “Pengaruh Layanan *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KC Madiun” sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis layanan *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun
2. Untuk menguji dan menganalisis kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun
3. Untuk menguji dan menganalisis aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun
4. Untuk menguji dan menganalisis layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Layanan *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KC Madiun” ini bermanfaat baik dari segi teoritis dan praktisi :

1. Manfaat secara teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian dapat dipergunakan sebagai literatur ilmu bagi ilmu perbankan syariah. Dan peneliti berharap dapat membantu akademisi yang relevan ketika akan mengambil penelitian yang serupa. Atau dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat secara praktisi

Hasil penelitian diharapkan berguna bagi objek penelitian yaitu Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun untuk mengetahui perilaku konsumen/nasabah. Sehingga diharapkan dapat menjadi suatu tolak ukur apakah pelayanan digital, kualitas layanan, serta akses menuju lokasi kantor dalam Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun mendapat pengaruh positif nasabah. Dan dapat menjadi sisi evaluasi jika perubahan perilaku konsumen menunjukkan hasil negatif terhadap layanan tersebut.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan dibuat dipergunakan untuk menyusun sebuah penelitian agar dapat sesuai dengan orientasi yang diharapkan sehingga mempermudah pembahasan dalam setiap babnya. Berikut sistematika penelitian:

JUDUL PENELITIAN, mengandung judul penelitian yang akan dikaji dan diujikan melalui pendekatan kuantitatif.

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini mengandung uraian tentang latar belakang tentang penelitian bahwa apakah Pengaruh Layanan *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KC Madiun yang notabene semua layanan telah bertransformasi menjadi layanan digital. Sehingga peneliti memandang perubahan dari pengapliaksian teknologi tersebut apakah merubah perilaku konsumen dalam kasus ini nasabah dalam menggunakan produk Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun.

BAB II LANDASAN TEORI, bab ini berisi landasan teori, inpararan tentang landasan, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan teori yang berisis variabel-variabel terkait yaitu hipotesis pada penelitian yang akan diujikan. Landsan teori terdiri dari penjelasan teoritis mengenai variabel penelitian yaitu layanan *self service technology*, kualitas layanan, aksesibilitas, dan kepuasan. Penelitian terdahulu berisis penelitian terdahulu yang relevan dan berisis identitas peneliti (nama, tahun, dan judul penelitian), persamaan, perbedaan dan hasil penelitian. Selanjutnya kerangka berfikir memaparkan hubungan dari masing-masing variabel layanan *self service technology*, kualitas layanan dan aksesibilisitas terhadap kepuasan serta variabel *independent* tersebut bersama-sama terhadap *dependent* .yaitu kepuasan. Selanjutnya kerangka berfikir menghasilkan hipotesis-hipotesis yang merupakan dugaan sementara dari penelitian yang akan diujikan.

BAB III METODE PENELITIAN, kandungan dalam bab ini pertama berupa rancangan penelitian yaitu dalam penelitian yang akan dilakukan adalah kuantitatif dengan hubungan saling mempengaruhi atau tidaknya. *Kedua*, variabel penelitian dan definisi operasional. Dalam sub bab ini dijabarkan pengertian dari setiap variabel dan indikator dari setiap variabel. *Ketiga*, lokasi penelitian yaitu lokasi dilaksanakannya penelitian serta alasan yang relevan mengambil tempat tersebut. *Keempat* populasi dan sampel, populasi berupa seluruh sasaran objek penelitian dalam hal ini nasabah Bank Muamalat KC Madiun namun karena terlalu banyak populasi sehingga diperlukan sampel secara acak dari nasabah Bank Muamalat KC Madiun tersebut untuk objek penelitian. *Kelima* jenis dan sumber data, jenis data pada penelitian yang akan diujikan berdal dari situasi atau kejadian peristiwa dan sumber data yang akan diteliti berasal dari data primer dengan penyebaran kuisioner. *Keenam*, instrumen penelitian. *Ketujuh*, validitas dan reabilitas instrumen. Dan terakhir teknik pengolahan dan analisis data berisis tahapan pengolahan data serta analisis atau intepretasi hasil dari uji yang akan dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini menjelaskan gambaran dan deskripsi umum objek penelitian, analisis data pengujian hipotesis serta pembahasan yang sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya terkait hubungan antara *self service technology*, kualitas layanan dan aksesibilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

BAB V PENUTUP, bab ini berisi kesimpulan dari bab sebelumnya dan saran peneliti terhadap objek penelitian

BAB II

LANDASAN TEORI

A. DESKRIPSI TEORI

1. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta bersifat situasi sesaat.²⁰ Menurut Fandy Tjiptono, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.²¹

Strategi pemasaran yang baik dari perusahaan dapat memberikan rasa puas bagi nasabahnya. Dimana tujuan utama dari strategi pemasaran yang dilakukan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya secara kualitas dan kuantitasnya. Secara kualitas artinya nasabah yang diperoleh merupakan nasabah yang masih produktif, dimana dapat memberikan laba bagi bank. Berdasarkan beberapa di atas peneliti sampai pada pemahaman bahwa kepuasan konsumen

²⁰ Hasan, *Marketing Bank Syariah*, 85.

²¹ Tjiptono Dan Chandra, *Service, Quality And Satisfaction*, 312.

adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atas pengalaman yang didapat dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan harapan keinginan dan kebutuhan dapat dipenuhi.

b. Dimensi Kepuasan

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono dimensi kepuasan terdiri dari:²²

- 1) Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :
 - a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan
 - c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- 2) Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
 - a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan

²² Tjiptono Fandy, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. (Yogyakarta: Andi, 2012), 101.

- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk
 - c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- 3) Kesiapan merekomendasikan merupakan kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi
- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

c. Faktor Kepuasan

Lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan :²³

- 1) Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas jika evaluasi dari nasabah menunjukkan bahwa produk terbukti berkualitas. Konsumen rasional menuntut agar produk berkualitas sesuai dengan usaha atau harga yang mereka korbankan. Dengan kata lain kualitas produk memberikan nilai plus bagi konsumen.

²³ Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, 37.

- 2) Pelayanan, pelayanan dapat dikatakan baik jika terdapat label bahwa pelayanan berkualitas yaitu jika dalam jasa akan membuat pelanggan puas sesuai dengan yang diharapkan. Faktor pelayanan terdiri dari tiga hal yaitu: sistem, teknologi, dan manusia. Teknologi dalam hal ini dapat berupa penerapan layanan *self service technology*. Dan hal lainnya dapat digunakan sebagai faktor kualitas layanan yang digunakan acuan untuk mengetahui baik atau buruknya layanan tersebut.
- 3) Emosional , rasa bangga ataupun yakin terhadap produk yang telah dikonsumsi.
- 4) Harga, yaitu tidak diberlakukannya biaya berlebih dan dirasa lebih hemat.
- 5) Kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Contohnya banyak nasabah mungkin tidak puas terhadap pelayanan Bank A namun kepuasan tinggi karena banyaknya ATM yang tersebar untuk menjangkau banyak nasabah. Sehingga peran kemudahan akses atau aksesibilitas memiliki *value* sendiri.²⁴ Aksesibilitas adalah derajat kemudahan dicapai oleh orang, terhadap suatu objek, pelayanan maupun lingkungan dengan memudahkan pencapaiannya.²⁵

²⁴ Irawan, 39.

²⁵ Sentot Imam Wahjono dkk., *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2018), 163.

2. Layanan *Self Service Technology*

a. Pengertian layanan *self service technology*

Self service technology (SST) adalah suatu perantara teknologi yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan sendiri pelayanan tanpa tergantung pada karyawan contohnya ATM dan pelayanan perusahaan melalui internet. *Self service technology* menurut Lupiyoadi adalah perantara teknologi yang memungkinkan pembeli dapat menghasilkan sendiri pelayanan tanpa menggantungkannya kepada karyawan. SST menggantikan kontak langsung antara pelanggan dengan karyawan dalam proses pelayanannya.²⁶ Sehingga *self service technology* (SST) didefinisikan sebagai teknologi antar muka yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan suatu jasa secara mandiri dari keterlibatan karyawan perusahaan langsung. Penggunaan teknologi ini menjadi menarik bagi perusahaan penyedia jasa karena meningkatkan pelayanan operasional, meningkatkan efisiensi pelayanan, menyediakan manfaat lebih bagi konsumen, dan memperbanyak pilihan akses pelayanan.²⁷

Inovasi pelayanan dengan menggunakan teknologi ini akan menjadi komponen penting bagi perusahaan yang berinteraksi langsung dengan konsumen untuk kesuksesan jangka panjang

²⁶ R. Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 289.

²⁷ James M. Curran Dan Matthew L. Meuter, "Self-Service Technology Adoption: Comparing Three Technologies," *Journal Of Services Marketing*, 2005.

perusahaan.²⁸ Menurut Bitner yang dikutip dalam Lin, Shih, and Sher pada konteks SST, perusahaan tidak bisa menciptakan pelayanan tanpa ada partisipasi aktif, dan keterlibatan konsumen. Penggunaan SST dikenal secara luas karena telah mentransformasi proses bisnis selama beberapa dekade ini.²⁹ Biaya tenaga kerja yang murah dengan menggunakan SST, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan kinerja korporasi. SST telah secara dramatis mengubah bagaimana pelayanan dibayangkan, dikembangkan, dihantarkan, dan diintegrasikan dalam hal :

- 1) Menginspirasi inovasi pelayanan
- 2) Menambah pilihan pemberian pelayanan
- 3) Memungkinkan karyawan dan pelanggan
- 4) Memperluas jangkauan pasar.³⁰

b. *Dimensi self service technology*

Lin & Hsieh menggambarkan tujuh dimensi yang membentuk harapan konsumen pada kualitas layanan dalam *self-service technology* (SST), diantaranya adalah : ³¹

²⁸ Matthew L. Meuter Dkk., "Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction With Technology-Based Service Encounters," *Journal Of Marketing* 64, No. 3 (2000): 50–64.

²⁹ Jiun-Sheng Chris Lin Dan Pei-Ling Hsieh, "Assessing The Self-Service Technology Encounters: Development And Validation Of Sstqual Scale," *Journal Of Retailing* 87, No. 2 (2011): 194–206.

³⁰ Petranka Kelly, Jennifer Lawlor, Dan Michael Mulvey, "A Review Of Key Factors Affecting Consumers' Adoption And Usage Of Self-Service Technologies In Tourism," Dalam *Thric Conference, Shannon*, 2010, 15–16.

³¹ Lin Dan Hsieh, "Assessing The Self-Service Technology Encounters."

- 1) *Functionality*, dimensi ini mewakili karakteristik fungsional self-service technology (SST).
- 2) *Enjoyment* merupakan persepsi kesenangan dan ketertarikan yang di temui pengguna saat menggunakan dan setelah menggunakan perangkat SST.
- 3) *Security/Privacy* mengacu pada kebebasan dari risiko atau keraguan yang akan dirasakan pengguna. Fasilitas yang diberikan perangkat SST dalam membangun rasa aman dan kenyamanan pada diri konsumen dalam pengoperasiannya.
- 4) *Design* mencakup keseluruhan tampilan dari SST, yang menimbulkan penampakan estetika yang baik. Keindahan bentuk dan susunan dari perangkat SST untuk menciptakan penampilan yang menarik pengguna.
- 5) *Assurance* (jaminan) menggambarkan kepercayaan diri karena reputasi dan kompetensi dari perangkat SST yang mengutamakan kepercayaan karena reputasi dan kompetensi dari penyedia SST. *Assurance* dapat menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Dimensi ini penting dalam industri jasa dimana konsumen merasa tidak yakin terhadap kemampuan industri tersebut karena memiliki resiko yang tinggi.
- 6) *Convenience* menggambarkan aksesibilitas dari layanan SST, dengan kemudahan dan kenyamanan layanan SST untuk digunakan.

- 7) *Customization* dimensi dimana perangkat SST dapat diubah agar sesuai dengan preferensi dan keinginan konsumen. Bertujuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan user dengan tidak terpaku pada struktur sistem.

3. Kualitas Layanan

a. Pengertian kualitas layanan

Kualitas layanan adalah kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Dengan jaminan berupa ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang lebih hemat, ketepatan waktu memberikan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada konsumen.³² Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.³³ Selain itu, Goetsch dan David dikutip oleh Fandy Tjiptono, kualitas layanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan.³⁴ Sedangkan Ratnasari dan Aksa, kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima atau

³² Hasan, *Marketing Bank Syariah*, 91.

³³ Ribut Muji Wahono Dan Ely Masykuroh, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso," *Falahiya: Journal Of Islamic Banking And Finance* 1, No. 2 (31 Desember 2022): 158.

³⁴ Tjiptono Dan Chandra, *Service, Quality And Satisfaction*, 110.

diperoleh.³⁵ Sehingga kualitas layanan adalah tingkat yang memiliki *value* bagi pelanggan yang menilai seberapa jauh skala antara harapan dan kenyataan yang dirasakan.

b. Dimensi kualitas layanan

Dimensi Kualitas Layanan Konsep kualitas layanan merupakan cara untuk mengukur aktivitas pelayanan suatu organisasi melalui kinerja petugasnya terhadap konsumen sebagai pengguna jasa. Di dalam hal ini yang perlu dipahami adalah bahwa pelayanan berupa suatu aktivitas yang dijalankan untuk memberi manfaat bagi konsumen sebagaimana yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perseorangan. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman, dan Berry telah dikutip dalam Tjiptono & Chandra dimensi kualitas pelayanan yaitu :³⁶

- 1) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan dengan segera atau secepatnya, Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk memberikan pelayanan dengan tangga dan membantu konsumen atau memecakan masalah.

³⁵ Aprillia Dewi Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee And Resto Surabaya," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* 3, No. 3 (2016).

³⁶ Tjiptono Dan Chandra, *Service, Quality And Satisfaction*, 75.

- 2) Jaminan (*Assurance*) adalah mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan dapat dipercaya dari karyawan,
- 3) Perhatian (*Empathy*) yaitu, sikap karyawan yang memberikan perhatian yang tulus kepada konsumennya,
- 4) Bukti fisik (*Tangibles*) adalah penampilan dari sarana prasarana, karyawan dan fasilitas fisik lainnya.
- 5) *Responsiveness* yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.

4. Aksesibilitas

a. Pengertian aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan suatu lokasi untuk dijangkau dari lokasi lain melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan tenaga dalam berpindah antar tempat atau wilayah.³⁷ Menurut Tjiptono dan Chandra, Aksesibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah lokasi usaha mampu untuk dijangkau atau dilalui.³⁸ Aksesibilitas merupakan derajat kemudahan dicapai oleh orang, terhadap suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan. Kemudahan akses tersebut di implementasikan pada bangunan gedung, lingkungan, dan fasilitas. Tingkat aksesibilitas ini

³⁷ Prawira dan Pranasari, "The Effect Of Accessibility, Innovation And Quality Of Public Facilities Services On The Satisfaction Of Passengers With Disabilities On Jakarta Electric Railway."

³⁸ Tjiptono Dan Chandra, *Service, Quality And Satisfaction*, 51.

dipengaruhi oleh jarak, kondisi sarana dan prasarana perhubungan seperti kondisi jalan dan lebar jalan, ketersediaan berbagai sarana penghubung termasuk frekuensinya dan tingkat keamanan serta kenyamanan untuk melalui jalur tersebut.³⁹

b. Dimensi aksesibilitas

Menurut Tjiptono, aksesibilitas adalah lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau.⁴⁰ Indikator aksesibilitas sebagai berikut:⁴¹

- 1) Jarak, jarak yang dimaksud adalah seberapa jauh lokasi dari lokasi pelanggan atau nasabah.
- 2) Akses ke lokasi, baik atau buruknya jalan yang dilalui menuju lokasi tertentu.
- 3) Transportasi, transportasi yang dipergunakan cukup banyak menuju lokasi tertentu.
- 4) Arus lalu-lintas, perjalanan yang dilakukan selama menuju lokasi lancar sehingga dapat dikatakan arus lalu lintas lancar.

B. KAJIAN PUSTAKA

No	Nama/ Judul/ Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Siti Aisah (2022)	Terdapat pengaruh positif <i>self service technology</i> , kualitas	a. Membahas variabel (X1) yang sama yaitu	a. Persamaan variabel bebas(X)

³⁹ Kotler Dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 56.

⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)* (Yogyakarta: Andi, 2014), 159.

⁴¹ Prawira Dan Pranitasari, "Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta," 4.

“Pengaruh <i>Self Service Technology</i>, Kualitas Pelayanan Islami, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Pembantu Nganjuk)”	pelayanan islami, dan religiusitas terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi pada Bank Muamalat Cabang Nganjuk	tentang <i>self service technology</i> b. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. c. Pengambilan sampel menggunakan teknik <i>nonprobability sampling</i>. d. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner.	hanya pada <i>self service technology</i> dan varibel kepuasan ditempatkan pada variabel mediasi (Z) sedangkan penelitian yang akan diambil variabel kepusan diposisikan pada varibel Y b. Aplikasi pengolahan data menggunakan Smart PLS sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan SPSS.⁴²
--	---	--	---

⁴² Siti Aisah, “Pengaruh Self Service Technology, Kualitas Pelayanan Islami, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi: Studi Pada Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Pembantu Nganjuk” (Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022).

2	Melinda Ramadhanti, Noor Shodiq, dan M. Cholid Mawardi (2022) "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui <i>Self Service Technology</i> Terhadap Kepuasan Mahasiswa Unisma Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan 2018 Dan 2019)"	<i>Self service technology</i> berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Unisma dalam penggunaan layanan digital bank syariah	a. Variabel X dan Y yang sama yaitu <i>self service technology</i> dan kepuasan. b. Menggunakan pendekatan kuantitatif. c. Menyebarkan kuisioner sebagai pengumpulan data. d. Menggunakan aplikasi SPSS dalam pengolahan data.	Variabel X yaitu <i>self service technology</i> dijabarkan menjadi tiga indikator lagi yaitu Anjungan Tunai Mandiri (ATM), <i>e-banking</i> , dan <i>mobile banking</i> sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel <i>self service technology</i> tidak dijabarkan. ⁴³
3	Iftitahul Jauhariyah (2020) "Pengaruh <i>Self-Service</i>	Terdapat pengaruh positif antara <i>self service technology</i> dan kepuasan nasabah pada bank umum syariah di Indonesia	a. Variabel yang dipergunakan sama yaitu <i>self service</i>	Variabel X yaitu <i>self service technology</i> dijabarkan menjadi tiga

⁴³ Melinda Ramadhanti, Noor Shodiq Askandar, Dan M. Cholid Mawardi, "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Unisma Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan 2018 Dan 2019)," *El-Aswaq* 3, No. 1 (2022).

	<i>Technology</i> (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia”		<i>technology</i> dan kepuasan b. Menggunakan pendekatan kuantitatif. c. Menyebarkan kuisioner sebagai pengumpulan data. d. Menggunakan aplikasi SPSS dalam pengolahan data.	indikator lagi yaitu Anjungan Tunai Mandiri (ATM), <i>e-banking</i>, dan <i>mobile banking</i> sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel <i>self service technology</i> tidak dijabarkan.⁴⁴
4	Myra V. De Leon, Ringgold P. Atienza & Daniel Susilo (2020), “ <i>Influence of self-service technology (SST) service quality dimensions as a second-order</i>	Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa <i>self service technology</i> dan kualitas layanan berpengaruh terhadap penilaian dan kepuasan pelanggan.	a. Variabel yang dipergunakan sama yaitu <i>self service technology</i>, kualitas layanan, dan kepuasan b. Menggunakan pendekatan kuantitatif. c. Menyebarkan kuisioner sebagai	Penelitian ini menggunakan pengolahan data dengan aplikasi <i>Smart PLS</i> sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan

⁴⁴ Ifitahul Jauhariyah, “Pengaruh Self-Service Technology (Sst) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia” (Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020), [Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/22374/](http://etheses.uin-malang.ac.id/22374/).

	<i>factor on perceived value and customer satisfaction in a mobile banking application</i>		pengumpulan data.	bantuan program SPSS ⁴⁵
5	Icasia Jauharah Indrasari (2021) “Pengaruh Kesiapan Teknologi Dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Layanan Bank Berbasis Self-Service Technology”	Variabel kesiapan teknologi dijabarkan lagi menjadi optimisme, inovasi, kegelisahan, dan ketidakamanan. Sedangkan variabel situasional dijabarkan menjadi kebutuhan berinteraksi, kejelasan tugas, skala keramaian. Dengan hasil penelitian optimisme saja yang berpengaruh positif terhadap keputusan. Dan faktor situasional berpengaruh positif terhadap keputusan.	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data c. Menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS	Perbedaan variabel namun masih meneliti tentang <i>minsead</i> dari nasabah tentang <i>self service technology</i> . ⁴⁶
6	Ting Christabella, Jessica Della Tedjakusuma,	<i>Self service</i> dengan mengukur kualitas layanan tersebut dengan SSTQUAL (<i>self service</i>	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif	Variabel X yaitu <i>self service</i> dijabarkan sedangkan

⁴⁵ Keris Kartono, Rully Trihantana, Dan Ria Kusumaningrum, “Preferensi Masyarakat Kecamatan Pamijahan Dalam Pemanfaatan Self-Service Technologies Dibank Syariah,” *Sahid Banking Journal* 1, No. 01 (2021): 28–44.

⁴⁶ Indrasari, “Pengaruh Kesiapan Teknologi Dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Layanan Bank Berbasis Self-Service Technology,” 2021.

	dan Agung Harianto (2018), “Pengaruh Kualitas Layanan Self Service Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Genki Shusi Surabaya	<i>quality</i>) yang terdiri dari : <i>functionality, enjoyment, design, assurance, security/privacy. Convience, customization..</i> Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa <i>functionality, design, , convenience, dan</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dimensi <i>enjoyment, assurance, dan customization</i> tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan <i>security/privacy</i> memiliki hubungan berlawanan yaitu semakin tinggi <i>security/privacy</i> semakin rendah kepuasan konsumen	b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data c. Variabel yang dipergunakan sama yaitu <i>self service technology</i> dan kepuasan.	penelitian yang akan dilakukan variabel <i>self service technology</i> tidak dijabarkan. ⁴⁷
7	Agus Gunandi dan Gede Sri Darma (2022)	Minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi <i>customer self service</i>	a. Menggunakan pendekatan kuantitaif	Perbedaan pada orientasi penelitian yang

⁴⁷ Ting Jessica Christabella, Jessica Della Tedjakusuma, Dan Agung Harianto, “Pengaruh Kualitas Layanan Self-Service Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Genki Sushi Surabaya,” *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 6, No. 2 (2018).

	“Menakar Minat Masyarakat Mengadopsi Aplikasi Customer Self Service Berbasis Mobile”	berbasis <i>online</i> dipengaruhi oleh niat perilaku (<i>behavior intention</i>), disusul dengan kemudahan penggunaan (<i>ease of use</i>), dukungan fasilitas (<i>facilitating condition</i>), pengaruh social (<i>social influence</i>), dan ekspektasi kinerja (<i>performance expectancy</i>).	b. Menggunakan kuisisioner sebagai sumber data	ingin mengetahui minat dari masyarakat tentang <i>self service</i> dengan variabel minat dijabarkan lagi. ⁴⁸
8	Nanda Dian Rahmadani (2022) “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Masa Pandemi	Hasill penelitian yaitu kepercayaan dan kemudahan layanan digital berpengaruh terhadap kepuasan nasabah	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisisioner sebagai sumber data c. Terdapat persamaan variabel kepuasan untuk variabel <i>independent</i>	Perbedaan variabel bebas (X) sedangkan variabel tetapnya sama yaitu kepuasan dan masih mengenai layanan digital. ⁴⁹

⁴⁸ Agus Gunadi Dan Gede Sri Darma, “Menakar Minat Masyarakat Mengadopsi Aplikasi Customer Self Service Berbasis Mobile,” *Krisna: Kumpulan Riset Akuntansi* 14, No. 1 (2022): 26–34.

⁴⁹ Nanda Dian Rahmadani, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Malang),” 2022.

	Covid-19 (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Malang)”			
9	Aulia Rahma Ritonga (2022) “Pengaruh Usability dalam Self service technology Terhadap Kepuasan Pemustaka di Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka Yogyakarta”.	Penelitian ini mengkategorikan dari sampel penelitian ke dalam kelompok pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Diantara kelompok ini dari mahasiswa merasa puas terhadap adanya <i>self service technology</i> dalam perpustakaan tersebut.	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data c. Terdapat persamaan variabel kepuasan untuk variabel <i>independent</i>	Variabel X yaitu <i>self service</i> dijabarkan sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel <i>self service technology</i> tidak dijabarkan ⁵⁰
10	Yayan Arum Wulandari dan Bedjo Santoso, “Pengaruh Interpersonal Service Quality dan Self Service technology	Dalam penelitian ini ditemukan bahwa bahwa antar variabel saling mempengaruhi contohnya semakin baik <i>service quality</i> maka dapat meningkatkan <i>perceived</i>	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data	Variabel X yaitu <i>self service</i> dijabarkan sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel <i>self service</i>

⁵⁰ Aulia Rahma Ritonga, “Pengaruh Usability Dalam Self Service Technology Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka Yogyakarta,” *Jipi (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)* 7, No. 1 (2022): 144–58.

	Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dengan Perceived Value Sebagai Variabel Intervening Pada Pelayanan Statistik Terpadu (PST) Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa tengah”.	value, self service technology berpengaruh terhadap nilai yang dirasakan atau Perceived Value, lalu terdapat hubungan positif antara interpersonal service quality dengan satisfaction atau kepuasan, self service technology berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hingga penilaian layanan berpengaruh atau berkeitan erat dengan kepuasan.	c. Terdapat persamaan variabel self service technology pada variabel dependent dan kepuasan untuk variabel independent	teknologi tidak dijabarkan. ⁵¹
11.	Henny Risnawati, Hendi Eka Sumarga, dan Sugeng Purwanto “The Effect of Service Quality Prices	hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa kualitas layanan, kesesuaian harga dan lokasi perusahaan secara bersama-sama memberikan dampak positif dan signifikan	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data	Perbedaan variabel bebas (X) sedangkan variabel tetapnya sama yaitu kepuasan ⁵²

⁵¹ Yayan Arum Wulandari Dan Bedjo Santoso, “Pengaruh Interpesonal Service Quality Dan Self Service Technology Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dengan Perceiveb Value Sebagai Variabel Intervening Pada Pelayanan Statistik Terpadu (Pst) Badan Pusat Statistik (Bps) Provinsi Jawa Tengah,” *Ncab*, 2019.

⁵² Henny Risnawati, Hendi Eka Sumarga, Dan Sugeng Purwanto, “The Effect Of Service Quality Prices And Location Of Companies To Customer Satisfaction Implications On Customer Loyalty,” *International Review Of Management And Marketing* 9, No. 6 (2019): 38.

	<i>and Location of Companies to Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty”</i>	terhadap kepuasan pelanggan di perusahaan	c. Terdapat persamaan variabel <i>location</i> atau aksesibilitas <i>pada</i> variabel <i>dependent</i> dan kepuasan untuk variabel <i>independent</i>	
12	Tamaruddin, Achmad Firdaus dan Endri Endri, “Customer Satisfaction Mediates the Effect of Self Service Technology on Customer Loyalty in of Islamic Bank E-Banking Services in Indonesia”.	Pada penelitian ini ditemukan bahwa <i>self-service technology, service quality, reputation, customer value on customer loyalty in Islamic banking e-banking services in Indonesia through customer satisfaction</i> . Terdapat hubungan dari <i>self service technology</i> , kualitas pelayanan, reputasi, penilaian nasabah dalam loyalitas nasabah di <i>e-banking</i>	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data c. Terdapat persamaan variabel <i>self service technology</i> sebagai variabel bebas	Varibel kepuasan atau <i>customer satisfaction</i> digunakan sebagai variabel mediasi sedangkan penelitian yang akan diambil variabel kepuasan bedada pada variabel <i>independet</i> (Y). ⁵³

⁵³ Tamar Tamaruddin, Achmad Firdaus, Dan Endri Endri, “Customer Satisfaction Mediates The Effect Of Self Service Technology On Customer Loyalty In Of Islamic Bank E-Banking Services In Indonesia,” *Iltizam Journal Of Shariah Economics Research* 4, No. 2 (2020): 1–15.

		melalui kepuasan nasabah		
13	Gita Fitri Desanuari dan Regi Ludtriani (2020) "Pengaruh <i>Self Service Technology</i> Terhadap Pengembangan Usaha Dan Kepuasan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Model Bisnis Restoran".	Dalam penelitian dihasilkan bahwa <i>self service technology</i> dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap pengembangan usaha restoran	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data. c. Terdapat persamaan variabel <i>self service technology</i> sebagai variabel bebas	Varibel kepuasan ditempatkan pada variabel bebas (X) sedangkan penelitian yang akan dilakukan menposisikan keepuasan sebagai variabel terikat (Y) ⁵⁴
14	Vitto Jarzal Zendling Machmoed, Stanss L. H. V. Joyce Lopian, dan Emilia M. Gunawan (2022) "Does <i>Technology Matter In The</i>	Pada penelitian ini didapatkan bahwa <i>self service technology</i> berpengaruh terhadap <i>customer satisfaction</i> serta <i>self service technology</i> dan <i>customer satisfaction</i> pengaruh positif terhadap <i>customer loyalty</i>	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data. c. Terdapat persamaan variabel <i>self</i>	Terdapat perbedaan variabel loyalitas sebagai variabel Y sedangkan penelitian yang akan dialukan

⁵⁴ Gita Fitri Desanuari Dan Regi Ludtriani, "Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Pengembangan Usaha Dan Kepuasan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Model Bisnis Restoran," *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 1, No. 4 (2022): 268–73.

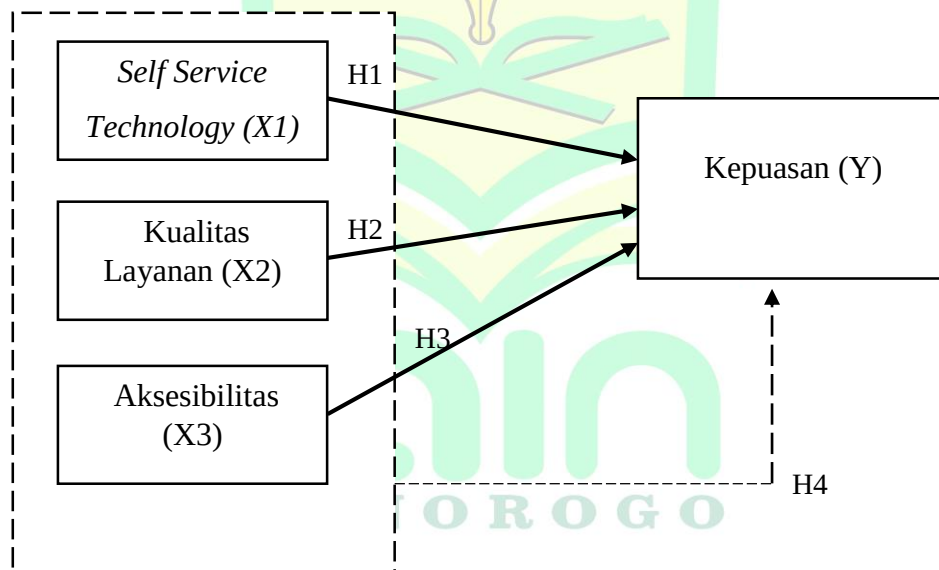
	<i>World Of Loyalty? Research Of Self Service Technology And Customer Loyalty (Case Study : Burger King Manado)”.</i>		<i>service technology sebagai variabel bebas</i>	variabel Y berupa kepuasan. ⁵⁵
15	Sendi Arif Prawira dan Diah Pratista (2020) “ <i>The Effect Of Accessibility, Innovation And Quality Of Public Facilities Services On The Satisfaction Of Passengers With Disabilities On Jakarta Electric Railway</i> ”	Penelitian ini menghasilkan bahwa aksesibilitas, inovasi, dan kualitas fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung para disabilitas yang ada di KA elektrik Jakarta.	a. Menggunakan pendekatan kuantitatif b. Menggunakan kuisioner sebagai sumber data. c. Terdapat persamaan variabel kepuasan sebagai variabel terikat.	Perbedaan pada variabel lain yang digunakan selain aksesibilitas dan kepuasan. Dan saaran dari objek pun berbeda. ⁵⁶

⁵⁵ Vitto Jarzal Zendling Machmoed, Stanss Lhv Joyce Lopian, Dan Emilia M. Gunawan, “Does Technology Matter In The World Of Loyalty? Research Of Self Service Technology And Customer Loyalty (Case Study: Burger King Manado),” *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, No. 4 (2022): 498–510.

⁵⁶ Prawira Dan Pranitasari, “The Effect Of Accessibility, Innovation And Quality Of Public Facilities Services On The Satisfaction Of Passengers With Disabilities On Jakarta Electric Railway.”

C. KERANGKA PEMIKIRAN

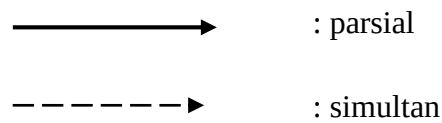
Kerangka berfikir merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan faktor-faktor yang telah teridentifikasi sebagai masalah yang penting⁵⁷ Sedangkan dapat diketahui bahwa pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan data angka yang dianalisis lebih lanjut. Diketahui bahwa dalam penelitian yang akan diujikan menggunakan variabel *dependent* dan variabel *independent*. Variabel *independent* meliputi layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas. Sedangkan variabel tetap atau *dependent* pada penelitian yang akan dilakukan adalah kepuasan nasabah Bank Muamalat.



Gambar 2. 1. Kerangka Berpikir

Keterangan

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 379.



D. HIPOTESIS

Hipotesis merupakan suatu dugaan yang bersifat sementara, sehingga masih memerlukan pembuktian. Karena ia merupakan dugaan, maka hipotesis harus dinyatakan dalam bentuk “pernyataan” dan sinkron dengan rumusan masalah.⁵⁸ Dalam pengertian lain hipotesis adalah upaya yang dilakukan untuk menjawab masalah yang telah di rumuskan pada rumusan masalah. Dalam penelitian ini hipotesis yang akan diujikan adalah:

1. Pengaruh *self service technology* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

Self service technology didefinisikan sebagai teknologi antar muka yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan suatu jasa secara mandiri dari keterlibatan karyawan perusahaan langsung.⁵⁹ Penelitian yang dilakukan oleh Christabella menghasilkan bahwa *self service technology* berpengaruh terhadap kepuasan.⁶⁰ Sedangkan dalam penelitian Giebelhausel yang menunjukkan bahwa kemajuan teknologi tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.⁶¹

⁵⁸ Agung Edy Wibowo, *Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah* (Cirebon: Insania, 2021), 72.

⁵⁹ Meuter Dkk., “Self-Service Technologies.”

⁶⁰ Christabella, Della Tedjakusuma, Dan Harianto, “Pengaruh Kualitas Layanan Self-Service Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Genki Sushi Surabaya.”

⁶¹ Michael Giebelhausen Dkk., “Touch Versus Tech: When Technology Functions As A Barrier Or A Benefit To Service Encounters,” *Journal Of Marketing* 78, No. 4 (2014): 113–24.

H_{a1} : layanan *self service technology* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

H_{01} : layanan *self service technology* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

Menurut Tjiptono, kualitas layanan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Karena kepuasan pelanggan bersinggungan dengan harmonisnya hubungan antara konsumen dan produsen. Berdasarkan penelitian dari Nanincova kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.⁶²

H_{a2} : kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Bank Muamalat KC Madiun

H_{02} : kualitas layanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan Bank Muamalat KC Madiun

3. Pengaruh aksesibilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

Menurut Tjiptono dan Chandra, aksesibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah lokasi usaha mampu untuk dijangkau atau dilalui. Berdasarkan penelitian dari Christy Cusoy, Inge

⁶² Niken Nanincova, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro," *Agora* 7, No. 2 (2019).

Puspa Puspita, dan Agung Hariyanto variabel aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.⁶³

H_{a3} : Aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

H₀₃ : Aksesibilitas berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

4. Pengaruh *self service technology*, kualitas layanan dan aksesibilitas kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan

H_{a4} : layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan.

H₀₄ : layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan.

⁶³ Inge Puspa Puspita Darmawan Dan Christy Cusoy, "Analisis Pengaruh Accessibility Dan Security Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Nasabah Klikbca," *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa* 1, No. 2 (2013): 24–37.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. RANCANGAN PENELITIAN

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Layanan *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KC Madiun ” bersifat langsung atau penelitian lapangan (*field research*). Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dengan media google form. Peneliti menggunakan metode kuantitatif, yaitu penelitian dengan berupa angka-angka atau besaran tertentu yang bersifat pasti. Dengan metode pendekatan yang digunakan pendekatan statistik. Penggunaan metode kuantitatif dapat dengan pasti membedakan signifikati hubungan antar variabel.

B. VARIABEL PENELITIAN dan DEFINISI OPERASIONAL

Dalam penelitian yang akan dilakukan menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*dependent*) dan variabel terikat (*Independett*) serta ditambahkan definisi operasional. Varibel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu memperoleh informasi dan diolah lebih lanjut.

No.	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Sumber
1	<i>Self Service Technology</i> (X ₁)	<i>Self service technology</i> didefinisikan perantara teknologi yang memungkinkan pembeli dapat menghasilkan sendiri pelayanan tanpa menggantungkannya kepada karyawan. SST menggantikan kontak langsung antara pelanggan dengan karyawan dalam proses pelayanannya. ⁶⁴	a. <i>Functionality</i> b. <i>Enjoyment</i> c. <i>Security/ Privacy</i> d. <i>Design</i> e. <i>Convenience</i> f. <i>Customization</i> g. <i>Assurance</i>	Robby Syifa'ul Mahrun, Pengaruh <i>self service technology</i> dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah (studi pada erahn.id) 2020
2	Kualitas Layanan (X ₂)	Menurut Tjiptono, kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk	Menurut Tjiptono indikator kualitas layanan yaitu: a. reliabilitas (<i>reliability</i>), b. daya tanggap (<i>responsiveness</i>), c. jaminan (<i>assurance</i>), d. empati (<i>emphaty</i>), dan e. bukti fisik (<i>tangible</i>). ⁶⁶	Robby Syifa'ul Mahrun, Pengaruh <i>self service technology</i> dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah (studi

⁶⁴ R. Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 289.

⁶⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)* (Yogyakarta: Andi, 2014), 282.

		memenuhi keinginan pelanggan. ⁶⁵		pada erahn.id) 2020
3.	Aksesibilitas	Menurut Tjiptono dan Chandra, aksesibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah lokasi usaha mampu untuk dijangkau atau dilalui. ⁶⁷	a. Jarak; b. akses ke lokasi, c. Transportasi; d. Arus lalu-lintas. ⁶⁸	Sendi Arief Prawira, dan Diah Pralitasari, <i>The Effect Of Accessibility, Innovation And Quality Of Public Facilities Services On The Satisfaction Of Passengers With Disabilities On Jakarta Electric Railway</i>
4.	Kepuasan (Y)	Menurut Fandy Tjiptono, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk	a. Kesesuaian Harapan b. Minat Berkunjung Kembali c. Ketersediaan Merekomendasikan.	Robby Syifa'ul Mahrun, Pengaruh <i>self service technology</i> dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah (studi

⁶⁵ Fandy Tjiptono, *Total Quality Service* (Yogyakarta: Andi, 2008), 89.

⁶⁷ Tjiptono Dan Chandra, *Service, Quality And Satisfaction*.

⁶⁸ Prawira Dan Pralitasari, "Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta."

		dengan harapan-harapannya. ⁶⁹		pada erahn.id) 2020
--	--	--	--	---------------------

C. LOKASI DAN PERIODE PENELITIAN

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Layanan *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun”. Lokasi penelitian di Bank Muamalat KC Madiun.

D. POPULASI dan SAMPEL

1. Populasi

Populasi adalah sasaran atau subjek penelitian yang karakteristiknya hendak diteliti. Dalam kasus penelitian yang akan dilakukan populasi penelitian yaitu nasabah Bank Muamalat KC Madiun berjumlah 23.646.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang diteliti, yang dijadikan responden dan dipandang sifat-sifatnya dapat mewakili keseluruhan populasi yang ada. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan penarikan responden menggunakan metode *sampling insidental* atau *accidental sampling*.

Teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau

⁶⁹ Fandy, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima.*, 312.

anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan metode *sampling insidental atau accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷⁰ Sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode *sampling insidental atau accidental sampling* agar dapat mencakup responden dengan karakteristik yang berbeda-beda.

Perhitungan sampel menggunakan Rumus *Slovin* dengan tehnik pengambilan sampel jika populasi diketahui jumlahnya.⁷¹

$$n = \frac{N}{1 + Nx(e)^2}$$

$$n = \frac{23.646}{1 + (23.646 \times (0,1)^2)}$$

$$n = 99,57 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Keterangan

- n : Jumlah sampel
 N : Jumlah populasi (jumlah nasabah sebanyak 23.646)
 e : Tingkat kesalahan (*error tolerance*) = 10 % (0,1)

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 9.

⁷¹ Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistic Version 26.0*, Cet 1 (Riau: Dotpus Publisher, T.T.), 19.

E. JENIS dan SUMBER DATA

1. Jenis

Penelitian yang akan dilakukan merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada data angka yang kemudian diolah dengan metode statistika untuk menguji suatu hipotesis.

2. Sumber Data

Sumber data diperoleh dari angka atau skor dari pertanyaan kuisioner. Sehingga sumber data bersifat primer. Dimana peneliti menyebar kuisioner kepada nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara acak yang menghasilkan data berupa angka-angka.

F. METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menyebarkan kuisioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.⁷² Kuisioner diberikan kepada nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara acak. Terdapat skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis hubungan antar variabel yaitu dengan menggunakan skala likert, yang mana terdapat alternatif 4 pilihan jawaban yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 9.

G. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen Penelitian merupakan alat ukur dalam penelitian yang berasal dari fenomena atau kejadian sosial yang diamati. Jumlah instrumen penelitian disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan, untuk penelitian yang akan dilakukan berjumlah empat variabel.

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut dipergunakan dalam menghasilkan data kuantitatif yang berupa angka. Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat mengukur sikap, pendapat, dan persepsi dari respon tentang sebuah fenomena dan gejala sosial. Lalu variabel yang dipergunakan harus dijabarkan menjadi indikator variabel sebagai tolak ukur menyusun pertanyaan sebagai bahan untuk membuat kuisioner.

Tabel 3. 1

Tabel Skala Pengukuran Likert

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

H. VALIDITAS dan REABILITAS INSTRUMEN

1. Validitas Instrumen

Validitas instrumen dalam penelitian dimaksudkan sebagai sudah tepat/ *valid* atau belumnya data tersebut. Karena tahap ini penting sebelum

analisis data dilakukan.⁷³ Uji Validitas akan menunjukkan hasil yang *valid* apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .⁷⁴

2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas memiliki nama-nama lain seperti seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi. Reliabilitas berarti konsep kepercayaan yang diukur sejauh mana tingkat dari reliabilitas data atau instrumen tersebut. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) yang dihasilkan pada saat pengujian lebih dari 0,6 maka instrumen mempunyai reliabilitas yang baik.⁷⁵

I. TEHNIK PENGOLAHAN dan ANALISIS DATA

Teknik pengolahan data dan analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan IMBS SPSS Statistik 25. Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah analisis kuantitatif. Teknik analisis data tersebut menggunakan statistik

1. Uji asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan bertujuan untuk memberi kepastian maka persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam pertimbangan, tidak bias dan konsisten.

⁷³ Azuar Juliandi, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi* (Medan: Umsu Press, 2014), 133.

⁷⁴ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss*, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana, 2013), 55.

⁷⁵ Juliandi, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-smimov* (K-S) yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi dengan distribusi tertentu dalam hal ini adalah distribusi normal. Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 = distribusi normal

H_a = tidak berdistribusi normal

Kriteria dalam pengambilan keputusan suatu variabel apakah normal atau tidak dengan menggunakan uji *kolmogorov-smimov* adalah sebagai berikut:

1. Jika besarnya probabilitas (nilai asymp.sig) lebih besar dari nilai signifikansi (0,05), maka terima H_0 (distribusi normal).
2. Sedangkan jika besarnya probabilitas (nilai asymp.sig) lebih kecil dari nilai signifikansi (0,05), maka tolak H_0 atau terima H_a (tidak berdistribusi normal).⁷⁶

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan hubungan linier antara variabel independen di dalam regresi berganda.⁷⁷ Uji Multikolinearitas bertujuan

⁷⁶ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program Spss, Amos Dan Smartpls* (Yogyakarta: Upp Stim Ykpn, 2015), 89–91.

⁷⁷ Widarjono, 59.

untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinearitas.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui terjadinya Multikolinearitas adalah dengan menggunakan *variance inflation factor* dan *tolerance*, jika nilai VIF semakin membesar maka diduga ada Multikolinearitas sebagai aturan main jika nilai VIF melebihi angka 10 maka dikatakan ada mutikolinieritas. Jika nilai TOL lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti varian variabel gangguan yang tidak konstan. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan).

Uji Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode korelasi spearman. Langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan regresi persamaan $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + e_i$ kemudian kita dapatkan residualnya.
2. Hitung nilai harga mutlak dari error.
3. Hitung korelasi Spearman.
4. Bandingkan nilai rhitung dan rtabel. Jika terdapat minimal satu nilai $\text{rhitung} > \text{rtabel}$ maka model regresi yang dimiliki mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya jika semua $\text{rhitung} < \text{rtabel}$ maka model regresi yang dimiliki tidak

mengandung heteroskedastisitas. Apabila semua variabel independen mempunyai nilai signifikan $> 0,05$ maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.⁷⁸

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan suatu kondisi di mana terdapat korelasi atau hubungan antar pengamatan atau observasi, baik itu dalam bentuk observasi deret waktu (*time series*) atau observasi *cross section*. Metode yang digunakan untuk mendeteksi masalah autokorelasi yaitu dengan metode Durbin-Watson. Metode ini dikembangkan dengan mengasumsikan bahwa variabel gangguan hanya berhubungan dengan variabel gangguan periode sebelumnya (lag pertama) dikenal dengan model autoregresif tingkat pertama. Penentuan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. $0 \leq d \leq dL$ (tidak ada autokorelasi positif)
2. $dL \leq d \leq dU$ (tidak ada autokorelasi positif)
3. $4 - dL \leq d \leq 4$ (tidak ada korelasi negatif)
4. $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$ (tidak ada korelasi negatif)
5. $dU \leq d \leq 4 - dU$ (tidak ada autokorelasi positif)⁷⁹

⁷⁸ *Ibid*, 70–71.

⁷⁹ Widarjono, 79–80.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah analisis yang dilakukan terhadap satu variabel terikat dan satu variabel bebas. Persamaan yang dihasilkan nantinya mempunyai bentuk $\hat{Y} = a + bX$. Biasanya variabel bebas dilambangkan dengan huruf X, variabel terikat dilambangkan dengan huruf $\hat{Y}$, sedangkan a + b merupakan konstanta.⁸⁰

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas. Perbedaannya yaitu apabila regresi linier sederhana, hanya digunakan satu variabel bebas. Jika analisis regresi berganda, variabel bebas yang digunakan adalah lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas. Regresi linier berganda dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut:⁸¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots + b_nX_n$$

Dimana:

Y = Variabel terikat

X_1 = Variabel bebas pertama

⁸⁰ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik Spss* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 5.

⁸¹ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & Spss*, 301.

X_2 = Variabel bebas kedua

X_3 = Variabel bebas ketiga

X_n = Variabel bebas ke n a

b_1 dan b_2 = konstanta

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T merupakan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu (*significance test*).⁸²

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi.⁸³

c. Koefisien Determinasi (*R square*)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya. Koefisien determinasi ini mengukur persentase total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi.⁸⁴

⁸² Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program Spss, Amos Dan Smartpls*, 19.

⁸³ *Ibid*, 17.

⁸⁴ *Ibid*, 212.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bank Muamalat Indonesia didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Perseroan telah memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan di Jakarta tanggal 24 April 1992, sebagaimana diubah dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-9383/MK.5/2006 tanggal 28 Desember 2006, Perseroan memperoleh status Bank Persepsi yang mengizinkan Perseroan untuk menerima setoran-setoran pajak. Kemudian pada tanggal 25 Juli 2013, Perseroan telah menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No. S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan. Perseroan lalu ditetapkan sebagai

Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji berdasarkan Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018 tanggal 28 Februari 2018.

BMI terus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Sukuk Subordinasi Mudharabah, Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan baru di Indonesia. Selain itu, produk Shar-e yang diluncurkan pada 2004 merupakan tabungan instan pertama di Indonesia.

Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada 2011 berhasil memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk itu menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Seiring kapasitas Bank yang semakin besar dan diakui, BMI kian melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia, akan tetapi juga di luar negeri. Pada 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 239 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga

didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 568 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 51 unit Mobil Kas Keliling.

Salah satu cabang bank muamalat yang tersebar di Indonesia, tak terkecuali salah satunya adalah Madiun. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun sendiri berdiri pada tahun 2007 di Jl. Hayam Wuruk kemudian pada tahun 2010 pindah di Jl. Kolonel Marhadi No. 28, Nambangan lor, Kec. Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur. Perpindahan itu dikarenakan lokasi Bank yang dirasa kurang strategis dan menguntungkan. Dengan tempat yang sangat strategis tersebut dapat mempermudah jangkauan masyarakat kota maupun desa untuk dapat memanfaatkan jasa dari Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun

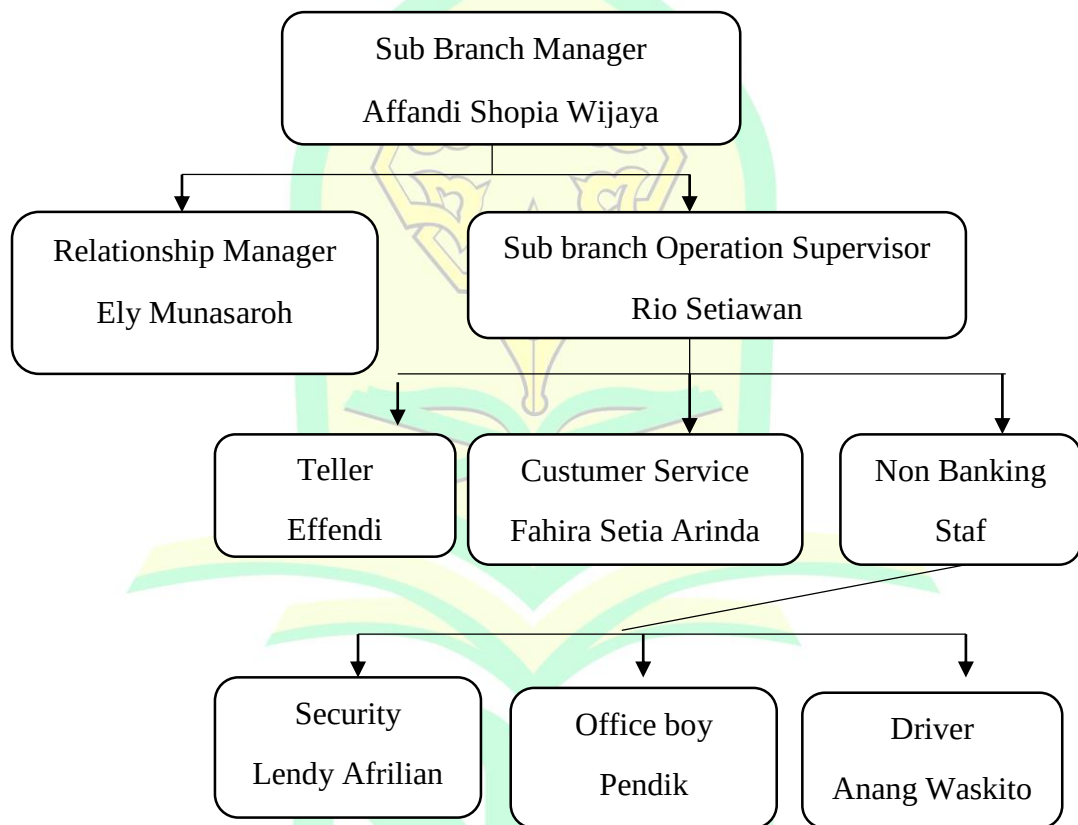
Visi Misi Bank Muamalat Indonesia

Visi : Menjadi Bank Syariah Terbaik dan termasuk dalam 10 Bank Terbesar di Indonesia dengan eksistensi penguasaan yang diakui di tingkat regional

Misi : Membangun Lembaga Keuangan Syariah yang Unggul dan Berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memudahkan dalam menyusun pembagian kerja dari pelaksanaan kerja. Agar dapat dilakukan secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan perusahaan

tersebut. Didalam struktur organisasi juga menunjukkan suatu garis perintah dan hubungan antar bagian sehingga dapat dilihat bahwa bagian tersebut mempunyai tugas masing-masing. Dibawah divisi-divisi tersebut masih memiliki bawahan lagi yang akan melaksanakan tugas-tugasnya sesuai dengan *job description* yang telah dibagi. Adapun struktur bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun yaitu sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Susunan Personalia Bank Muamalat KC Madiun

Sumber : Arsip Bank Bank Muamalat KC Madiun

B. HASIL PENGUJIAN INSTRUMEN (VALIDITAS DAN RELIABILITAS)

Sebelum dilakukan penelitian dengan menggunakan data primer atau penyebaran kuisioner pengujian instrumen dibutuhkan untuk mengetahui apakah instrumen yang diajukan valid dan *reliable* (dapat dipercaya). Instrumen yang tidak valid dapat dihapus atau diganti dengan instrumen yang lain. Uji Validitas dilakukan dengan melihat nilai $R_{Hitung} > R_{Tabel}$. Karena jumlah data responden sebanyak 30 orang maka nilai R_{Tabel} sebesar 0,36. Berikut data uji validitas yang diolah dengan aplikasi SPSS 25.

Tabel 4. 1
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R_{Tabel}	R_{Hitung}	Keterangan
Self Service Technology (X1)	X1.1	0,36	0,505	Valid
	X1.2	0,36	0,617	Valid
	X1.3	0,36	0,756	Valid
	X1.4	0,36	0,575	Valid
	X1.5	0,36	0,833	Valid
	X1.6	0,36	0,698	Valid
	X1.7	0,36	0,656	Valid
	X1.8	0,36	0,548	Valid
	X1.9	0,36	0,524	Valid
	X1.10	0,36	0,769	Valid
	X1.11	0,36	0,599	Valid
	X1.12	0,36	0,596	Valid
	X1.13	0,36	0,761	Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,36	0,644	Valid
	X2.2	0,36	0,573	Valid

	X2.3	0,36	0,780	Valid
	X2.4	0,36	0,634	Valid
	X2.5	0,36	0,790	Valid
	X2.6	0,36	0,674	Valid
	X2.7	0,36	0,525	Valid
	X2.8	0,36	0,501	Valid
	X2.9	0,36	0,658	Valid
	X2.10	0,36	0,747	Valid
Aksesibilitas (X3)	X3.1	0,36	0,721	Valid
	X3.2	0,36	0,470	Valid
	X3.3	0,36	0,712	Valid
	X3.4	0,36	0,608	Valid
	X3.5	0,36	0,659	Valid
	X3.6	0,36	0,563	Valid
	X3.7	0,36	0,725	Valid
Kepuasan (Y)	Y.1	0,36	0,717	Valid
	Y.2	0,36	0,681	Valid
	Y.3	0,36	0,631	Valid
	Y.4	0,36	0,783	Valid
	Y.5	0,36	0,729	Valid
	Y.6	0,36	0,652	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diketahui bahwa instrumen dari masing-masing variabel telah memenuhi kualifikasi $R_{Hitung} > R_{Tabel}$. Sehingga uji validitas instrumen tersebut dinyatakan valid.

Selanjutnya uji reabilitas, dalam pengujian ini nilai yang dilihat adalah *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi batas atau $>0,6$ maka data tersebut dikatakan *reliable*. *Reliable* dalam hal ini data tersebut dapat

dipercaya, stabil, dan konsisten sehingga bila dilakukan penelitian serupa instrumen dapat digunakan pada penelitian yang akan datang.

Tabel 4. 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
<i>Self service technology</i> (X1)	0,910	0,6	Reliabel
Kualitas layanan (X2)	0,905	0,6	Reliabel
Aksesibilitas (X3)	0,867	0,6	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,857	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4.888 nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel telah melebihi batas yaitu *Cronbach's Alpha* $>0,6$ sehingga data tersebut dapat dikatakan *reliable*. Sehingga instrumen dapat dipergunakan untuk penelitian lebih lanjut. Dan dengan sifat *reliable* tersebut instrumen dapat dipergunakan untuk penelitian serupa pada masa mendatang.

C. HASIL PENGUJIAN DESKRIPTIF

Responden pada penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan *self service technology* baik dari layanan ATM, *e-banking*, dan M-DIN (Mobile banking Bank Muamalat) Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Madiun. Pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner kepada nasabah baik secara *online* yaitu dengan layanan online *google form* dan secara langsung *offline* kepada nasabah secara acak dengan

membawa lembaran kuisioner. Target dari penyebaran kuisioner sebanyak 100 sampel. Berdasarkan kuisioner yang telah disebar didapatkan karakteristik responden sebagai berikut :

1. Karakrteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4. 3

Hasil Analisis Deskriptif Usia Responden

Usia Responden		
Usia	Jumlah	Prosentase
18-30	81	81%
30-45	14	14%
>45	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diketahui bahwa responden berdasarkan hasil terbanyak berusia 18-30 sebesar 81% diikuti dengan 30-45 sebesar 14% hingga pada prosentase terendah usia >45 sebesar 5%. Sehingga dari data terbut diketahui bahwa responden terbanyak berusia 18-30 tahun.

2. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 4

Hasil Analisis Deskriptif Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir Responden		
Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase
SD atau sederajat	0	0%
SMP atau sederajat	2	2%
SMA atau sederajat	76	76%
D3/ D4 atau S1	22	22%

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Data pada tabel 4.2 dikategorikan menjadi empat kategori dari tingkatan SD sampai perguruan tinggi yaitu D3/S1. Berdasarkan data tersebut diketahui data terbanyak berada di kategori SMA atau sederajat dengan prosentase 76%, posisi kedua lulusan D3/D4 atau S1 dengan jumlah prosentase 22% dan kategori SMP atau sederajat sebesar 2%. Dalam tabel tersebut diketahui bahwa kategori SD atau sederajat untuk seluruh responden ternyata tidak ada yang memiliki pendidikan terakhir SD atau sederajat sehingga data 0%. Sehingga mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir SMA atau sederajat, diikuti D3/D4 atau S1, dan SMP atau sederajat.

2. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4. 5

Hasil Analisis Deskriptif Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden		
Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
Pegawai Swasta	26	26%
PNS	1	1%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
Pelajar / Mahasiswa	64	64%
Lainnya	7	7%

Sumber : Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa pekerjaan responden dikategorikan menjadi lima, yaitu : Pegawai Swasta, PNS, Ibu Rumah Tangga, Pelajar/ Mahasiswa, dan Lainnya. Presentase terbanyak diperoleh kategori Pelajar/ Mahasiswa sebesar 64% disusul Pegawai Swasta sejumlah 26% lalu kategori lainnya sebesar 7% serta PNS dan ibu rumah tangga dengan masing-masing prosentase sebesar 1% dan 2%.

D. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dipergunakan untuk menguji apakah residual yang diperoleh oleh peneliti berdistribusi normal atau tidaknya. Tahap ini dapat

dilakukan dengan menggunakan uji residual. Penentuan dari data tersebut berdistribusi normal atau tidaknya dengan melihat nilai signifikannya. Jika nilai signifikan $>0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal sedangkan jika nilai signifikan $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61528180
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.062
	Negative	-.133
Test Statistic		.133
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.053
Point Probability		.000

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari data di atas nilai signifikan *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,53 $>0,05$. Sehingga berdasarkan hasil tersebut didapatkan bahwa residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan linier antara variabel independen dalam suatu regresi linier berganda. Dalam uji Multikolinearitas digunakan untuk menganalisis apakah dalam suatu model regresi yang terbentuk

hubungan atau korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas, dengan hal tersebut dapat dikatakan model regresi tersebut mengandung gejala Multikolinearitas.

Metode yang dipergunakan untuk menguji Multikolinearitas adalah menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance* (TOL) . Jika nilai VIF melebihi angka 10 atau >10 maka dapat dikatakan model regresi tersebut terjadi multikolineritas. Dan jika apabila nilai Tol kurang dari 0,1 disimpulkan bahwa model regresi tersebut juga

Tabel 4. 7
Hasil Pengujian Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Self Service Technology	.360	2.776
	Kualitas Layanan	.393	2.543
	Aksesibilitas	.549	1.823

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4. Tersebut didapatkan bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel bebas dari *self service technology* (2,776), kualitas layanan (2,543), dan aksesibilitas (1,823) kurang dari 10 . Nilai TOL (*tolerance*) dari masing-masing variabel besar lebih besar dari 0,1 yaitu *self service technology* (0,360), kualitas layanan (0,393), dan

aksesibilitas (0,549). Sehingga dapat ditarik kesimpulan dari nilai VIF dan TOL telah terpenuhi yang menunjukkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas sehingga asumsi tidak terjadi Multikolinearitas terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas untuk mengetahui dalam sebuah model regresi bahwa tidak adanya kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan menggunakan uji *gletser*, dengan model regresi harus memenuhi stardart yaitu dimana tingkat signifikasi harus lebih dari 0,05 dengan begitu model regresi dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 8
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.213	.228
	<i>self service technology</i>	.431	.668
	kualitas layanan	.844	.401
	Aksesibilitas	-1.770	.080

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikasi dari masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,05. Sehingga dari uji heteroskedastisitas didapatkan bahwa model regresi yang dilakukan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan asumsi tidak terjadi heteroskedastisitas terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah kondisi dimana terdapat hubungan atau korelasi anatar pengamatan atau observasi, baik dari segi waktu (*time series*) maupun observasi (*cross section*). Metode yang dipergunakan biasanya menggunakan metode Dubir –Watson. Uji yang dipergunakan dengan mengamsumsikan variabel gangguan hanya berhubungan dengan variabel gangguan sebelumnya (lag pertama). Jika nilai $dU < dw < 4-dU$ maka tidak terjadi kasus autokorelasi pada model regresi.

Tabel 4. 9

Hasil Pengujian Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.798 ^a	.637	.626	1.640	1.930
a. Predictors: (Constant), aksesibilitas, kualitas layanan, self service technology					

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel 4. Diketahui bahwa besarnya $dw = 1,640$. Dengan $n = 100$ dan $k = 3$ (*self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas). Nilai $dU = 1,613$ dan $dL = 1,7364$ didapat dari tabel Dubir Watson dengan nilai $4-dU = 4-1,736 = 2,264$. Sehingga didapatkan $dU < dw < 4-dU = 1,613 < 1,640 < 2,264$. Maka dari hasil tersebut didapatkan bahwa tidak terjadi kasus autokorelasi sehingga asumsi autokorelasi terpenuhi

2. Regresi Linier Sederhana

- a. Pengaruh layanan *self service technology* (X_1) terhadap Kepuasan (Y).

1) Model Regresi

Tabel 4. 10

Model Regresi Linier (X_2) terhadap (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.603	1.581		2.912	.004
	self service technology	.354	.037	.699	9.685	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : data primer diolah, 2023.

Model persamaan regresi yang didapat berdasarkan tabel 4. di atas yaitu :

$$Y = 4,603 + 0,354X_1 + e$$

a) Konstanta (b_0)

Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai konstanta (b_0) sebesar 4,603 yang menunjukkan bahwa jika variabel independen *self service technology* (X_1) bernilai nol atau tidak ada maka kepuasan sebesar 4,603 satuan.

b) Konstanta (b_1) untuk variabel X_1 (*self service technology*)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,354 sehingga dapat diartikan bahwa variabel *self service technology* mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan. Dengan estimasi bahwa jika *self service technology* meningkat maka terdapat peningkatan pada variabel kepuasan. Jika variabel *self service technology* ditingkatkan 1 satuan maka terdapat peningkatan pada variabel kepuasan sebesar 0,354 satuan.

2) Uji-t

Uji-t dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen X_1 terhadap Y . Hipotesis yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

H_0 : *self service technology* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

H_a : *self service technology* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

Tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05 dengan $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak. Berdasarkan pada tabel 4.10 diketahui bahwa nilai $\text{sig} 0,00 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa *self service technology* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,354 artinya *self service technology* memiliki arah pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh positif tersebut signifikan.

3) Koefisien Determinasi

Tujuan analisis koefisien determinasi adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh dari X_1 terhadap Y dengan melihat nilai R square (koefisien determinasi). Hasil pengujian dapat dilihat dalam tabel 4.11 berikut :

Tabel 4. 11
Koefisien determinasi X_1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.489	.484	1.927
a. Predictors: (Constant), self service technology				

Sumber : Data primer diolah, 2023

Nilai R dalam tabel tersebut diperoleh nilai sebesar 0,699 yang berarti bahwa *self service technology* memiliki hubungan kuat dengan kepuasan nasabah. Besarnya nilai R square sebesar 0,489 yang menunjukkan bahwa *self service technology* mampu menjelaskan variabilitas/variiasi dari kepuasan nasabah sebesar 48,9% dan sisanya 51.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model regresi tersebut

b. Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan (Y)

1) Model Regresi

Tabel 4. 12

Model Regresi Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.610	1.688		3.324	.001
	kualitas layanan	.419	.049	.650	8.472	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan						

Sumber : Data primer diolah, 2023

Model persamaan regresi yang didapat berdasarkan tabel 4.12 di

atas yaitu : $Y = 5,610 + 0,419X_1 + e$

a. konstanta (b_0)

Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai konstanta (b_0) sebesar 5,610 yang menunjukkan bahwa jika variabel independen kualitas layanan (X_1) bernilai nol atau tidak ada maka kepuasan sebesar 5,610 satuan.

b. Konstanta (b_1) untuk variabel X_2 (kualitas layanan)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,419 sehingga dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan. Dengan estimasi bahwa jika kualitas layanan meningkat maka terdapat peningkatan pada variabel kepuasan. Jika variabel kualitas layanan ditingkatkan 1 satuan maka terdapat peningkatan pada variabel kepuasan sebesar 0,419 satuan.

2) Uji-t

Uji-t dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen X_1 terhadap Y . Hipotesis yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

H_0 : kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

H_a : kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

Tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05 dengan $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Berdasarkan pada tabel 4.13 Diketahui bahwa nilai $\text{sig} 0,00 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan pernyataan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,419 artinya kualitas layanan memiliki arah

pengaruh posistif terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh positif tersebut signifikan.

3) Koefisien Determinasi

Tabel 4. 13
Koefisien Determinasi X_2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 ^a	.423	.417	2.048
a. Predictors: (Constant), kualitas layanan				

Sumber : Data primer diolah, 2023

Nilai R dalam tabel tersebut diperoleh nilai sebesar 0,650 yang berarti bahwa kualitas layanan memiliki hubungan kuat dengan kepuasan nasabah. Besarnya nilai R square sebesar 0,423 yang menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu menjelaskan variabilitas/variasi dari kepuasan nasabah sebesar 42,3% dan sisanya 57.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model regresi tersebut.

c. Pengaruh Aksesibilitas (X_3) terhadap Kepuasan (Y)

1) Model regresi

Tabel 4. 14

Model regresi (X_3) terhadap (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.930	1.296		4.575	.000
	Aksesibilitas	.479	.044	.737	10.808	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Model persamaan regresi yang didapat berdasarkan tabel

4.14 di atas yaitu : $Y = 5,930 + 0,479X_3 + e$

a.) konstanta (b_0)

dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai konstanta (b_0) sebesar 5,930 yang menunjukkan bahwa jika variabel independen aksesibilitas (X_3) bernilai nol atau tidak ada maka kepuasan sebesar 5,930 satuan.

b.) Konstanta (b_1) untuk variabel X_3 (aksesibilitas)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,479 sehingga dapat diartikan bahwa variabel aksesibilitas (X_3) mempunyai

pengaruh positif terhadap variabel kepuasan. Dengan estimasi bahwa jika aksesibilitas meningkat maka terdapat peningkatan pada variabel kepuasan. Jika variabel aksesibilitas ditingkatkan 1 satuan maka terdapat peningkatan pada variabel kepuasan sebesar 0,479 satuan.

2) Uji-t

Uji-t dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen X3 terhadap Y. Hipotesis yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

H_0 : aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

H_a : aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

Tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05 sehingga dengan $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Berdasarkan pada tabel 4.14 Diketahui bahwa nilai $\text{sig} 0,00 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan pernyataan H_0 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,479 artinya aksesibilitas memiliki arah pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh positif tersebut signifikan.

3) Koefisien Determinasi

Tabel 4. 15

Koefisien determinasi aksesibilitas (X_3)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.539	1.821
a. Predictors: (Constant), aksesibilitas				

Sumber : data primer diolah, 2023

Nilai R dalam tabel tersebut diperoleh nilai sebesar 0,737 yang berarti bahwa aksesibilitas memiliki hubungan kuat dengan kepuasan nasabah. Besarnya nilai R square sebesar 0,544 yang menunjukkan bahwa aksesibilitas mampu menjelaskan variabilitas/variasi dari kepuasan nasabah sebesar 54,4% dan sisanya 45,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model regresi tersebut.

3. Regresi Linier Berganda

a. Model

Tabel 4. 16

Model regresi linier berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.639	.672		2.439	.017
	self service technology	.143	.024	.334	5.983	.000
	kualitas layanan	.100	.029	.183	3.433	.001
	Aksesibilitas	.299	.025	.545	12.057	.000

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dirumuskan persamaan model regresi yaitu :

$$Y = 1,639 + 0,143X_1 + 0,1X_2 + 0,299X_3 + e$$

Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 1,639 yang berarti apabila variabel independen yaitu *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah senilai 1,639 satuan.

Koefisien (b_1) untuk variabel X_1 (*self service technology*)

Nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,143 satuan yang menunjukkan bahwa variabel *self service technology* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan. Sehingga ketika *self service technology* meningkat maka dari sisi kepuasan juga mengalami peningkatan. Atau lebih luasnya apabila *self service technology* ditingkatkan 1 satuan maka terdapat peningkatan

kepuasan sebesar 0,143 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.

Koefisien (b_1) untuk variabel X_2 (kualitas layanan)

Nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,1 satuan yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan. Sehingga ketika kualitas layanan meningkat maka dari sisi kepuasan juga mengalami peningkatan. Atau lebih luasnya apabila kualitas layanan ditingkatkan 1 satuan maka terdapat peningkatan kepuasan sebesar 0,1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.

Koefisien (b_1) untuk variabel X_3 (aksesibilitas)

Nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,299 satuan yang menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan. Sehingga ketika variabel aksesibilitas meningkat maka dari sisi kepuasan juga mengalami peningkatan. Atau lebih luasnya apabila aksesibilitas ditingkatkan 1 satuan maka terdapat peningkatan kepuasan sebesar 0,1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.

b. Uji F

Uji F dipergunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen layanan *self service technology* (X_1), kualitas layanan (X_2), dan aksesibilitas (X_3) terhadap variabel kepuasan (Y) secara bersama-sama. Dengan melihat nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,05) dan nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}(2,69)$ sehingga

apabila nilai tersebut dipenuhi maka menolak H_0 dan menerima H_a .

Hipotesis yang dipergunakan dalam uji tersebut yaitu :

H_0 : layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan.

H_a : layanan *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan.

Tabel 4. 17
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	453.696	3	151.232	265.624	.000 ^b
	Residual	54.657	96	.569		
	Total	508.353	99			
a. Dependent Variable: kepuasan						
b. Predictors: (Constant), aksesibilitas, kualitas layanan, self service technology						

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.17 didapatkan hasil sig sebesar 0,00 < 0,05 dan hasil $F_{hitung} > F_{Tabel}$ adalah $265,624 > 2,69$ sehingga tolak H_0 dan terima H_a . Sehingga dapat disimpulkan bahwa *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan.

c. Uji-t

Uji-t dipergunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel dependen. Dalam model regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan secara parsial. Sehingga berdasarkan hal tersebut dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H_{a1} : layanan *self service technology* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial.

H_{01} : layanan *self service technology* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial.

Berdasarkan tabel 4.16 dihasilkan sig variabel *self service technology* sebesar $0,00 < 0,005$ sehingga menolak H_{01} dan menerima H_{a1} . Jadi berdasarkan uji tersebut didapatkan *self service technology* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial.

Sedangkan Hipotesis yang digunakan untuk pada uji t untuk mengetahui kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial adalah sebagai berikut.

H_{a2} : kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial.

H_{02} : kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial.

Berdasarkan tabel 4.16 dihasilkan sig variabel kualitas layanan sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga menolak H_{01} dan menerima H_{a1} . Jadi berdasarkan uji tersebut didapatkan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial.

Hipotesis yang dipergunakan untuk uji-t dari aksesibilitas untuk mengetahui hubungan aksesibilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial yaitu :

H_{a3} : aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial.

H_{03} : aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial.

Berdasarkan tabel 4.16 dihasilkan sig variabel aksesibilitas sebesar $0,00 < 0,05$ sehingga menolak H_{01} dan menerima H_{a1} . Jadi berdasarkan uji tersebut didapatkan aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalah KC Madiun secara parsial. Sehingga dari semua hasil didapatkan bahwa masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap kepuasan secara parsial.

d. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *self service technology* (X_1), kualitas layanan (X_2), dan aksesibilitas (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) dilihat dari nilai *R square* (koefisien determinasi). Hasil dari pengujian adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 18
Koefisien determinasi regresi linier berganda

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.892	.889	.75455	1.930
a. Predictors: (Constant), aksesibilitas, kualitas layanan, self service technology					
b. Dependent Variable: kepuasan					

Sumber : data primer diolah,2023

Hasil nilai R pada tabel 4.18 sebesar 0,945 sehingga menunjukkan bahwa *self service technology* , kualitas layanan, dan aksesibilitas bersama-sama terhadap memiliki hubungan yang sangat kuat kepuasan nasabah. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh dilihat dari nilai *R square* yaitu sebesar 0,892 sehingga diperoleh hasil bahwa *self service technology* , kualitas layanan, dan aksesibilitas bersama-sama mampu menjelaskan variabilitas atau variasi dari kepuasan nasabah sebesar 89,2% dengan sisanya 10,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang dimasukkan sebagai model.

E. PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara parsial.

Berdasarkan hasil pengujian uji-t didapatkan bahwa nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga H_{01} ditolak dan menerima H_{a1} . Sehingga dapat diketahui bahwa *self service technology* (X_1) berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun (Y). Dilihat dari pengujian model regresi didapatkan hasil nilai koefisien positif sebesar 0,143 satuan. Sehingga jika terjadi peningkatan pada *self service technology* maka terdapat peningkatan pula pada kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

Self service technology adalah perantara teknologi yang memungkinkan pembeli dapat menghasilkan sendiri pelayanan tanpa menggantungkannya kepada karyawan. SST menggantikan kontak langsung antara pelanggan dengan karyawan dalam proses pelayanannya.⁸⁵ Layanan perbankan berbasis digital tersebut berpegang pada fatwa DSN-MUI No 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang wakalah atau akad peminjaman. Sehingga layanan *self service technology* sesuai dengan standart perbankan syariah. Penggunaan layanan digital atau *e-service* dapat meningkatkan kepuasan nasabah sesuai dengan pengujian yang telah dilakukan.

Hasil pengujian variabel *self service technology* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Melinda Ramadhanti,dkk yang menghasilkan bahwa *self service technology* berpengaruh terhadap kepuasan dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ sehingga terima H_a dan tolek H_0 .⁸⁶ Sedangkan hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian oleh Meuter yang

⁸⁵ R. Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 289.

⁸⁶ Ramadhanti, Askandar, Dan Mawardi, "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Unisma Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma Angkatan 2018 Dan 2019)."

menghasilkan bahwa *self service technology* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.⁸⁷ Pengaplikasian *self service technology* merupakan inovasi dari perbankan untuk memberikan kemudahan dalam transaksi, mengurangi biaya, meningkatkan nilai, dan kepuasan para pelanggan.⁸⁸ Berdasarkan pernyataan tersebut *self service technology* ditujukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara parsial.

Berdasarkan hasil pengujian uji-t didapatkan bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga H_{02} ditolak dan menerima H_{a2} . Sehingga dapat diketahui bahwa kualitas layanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun (Y). Dilihat dari pengujian model regresi didapatkan hasil nilai koefisien positif sebesar 0,1 satuan. Sehingga jika terjadi peningkatan pada kualitas layanan maka terdapat peningkatan pula pada kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun.

Kualitas layanan adalah kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan, argumen tersebut sesuai dengan indikator kepuasan yang mana salah satunya adalah pelayanan.⁸⁹

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu mahrun

⁸⁷ Curran Dan Meuter, "Self-Service Technology Adoption."

⁸⁸ Fatma Demirci Orel Dan Ali Kara, "Supermarket Self-Checkout Service Quality, Customer Satisfaction And Loyalty: Empirical Evidence From An Emerging Market," *Journal Of Retailing And Customer Services*, Juli 2013, 118–29.

⁸⁹ Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, 37.

bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dengan koefisien regresi sebesar 0,273 satuan.⁹⁰

3. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara parsial.

Berdasarkan hasil pengujian uji-t didapatkan bahwa nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga H_{02} ditolak dan menerima H_{a2} . Sehingga dapat diketahui bahwa kualitas layanan (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun (Y). Dilihat dari pengujian model regresi didapatkan hasil nilai koefisien positif sebesar 0,299 satuan. Sehingga jika terjadi peningkatan pada kualitas layanan maka terdapat peningkatan pula pada kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun

Aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan pencapaian lokasi dan hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi.⁹¹ Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan didapatkan bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sandi Arief Prawira dan Diah Pranitasari bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan secara parsial.⁹²

⁹⁰ Mahrnun, "Pengaruh Self Service Technology Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah."

⁹¹ Tjiptono Dan Chandra, *Service, Quality And Satisfaction*, 51.

⁹² Sendi Arief Prawira Dan Diah Pranitasari, "Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta," *Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta*, 2020.

4. Pengaruh *Self Service Technology*, Kualitas Layanan dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan.

Hasil analisis regresi linier berganda pada uji F didapatkan bahwa nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Dan hasil dari nilai F sebesar 265,624 lebih besar dari F_{tabel} (2,69) sehingga H_0 ditolak dan menerima H_1 . Sehingga didapatkan bahwa *self service technology*, kualitas layanan dan aksesibilitas terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan nilai R diketahui sebesar 0,945 sehingga hubungan simultan dari *self service technology*, kualitas layanan dan aksesibilitas terhadap kepuasan nasabah sangat kuat. Dengan nilai R^2 sejumlah 0,892 sehingga *self service technology*, kualitas layanan dan aksesibilitas secara bersama-sama dapat menjelaskan variabilitas atau variasi dari kepuasan nasabah sebesar 89,2 % dengan sisanya 10,8 % dipengaruhi variabel lain diluar model regresi.

Berdasarkan hasil uji tersebut disimpulkan bahwa *self service technology*, kualitas layanan dan aksesibilitas bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun. Sehingga sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Irawan bahwa faktor penentu kepuasan konsumen, antara lain: Kualitas produk, penilaian dari nasabah yang menunjukkan bahwa produk yang digunakan baik dan berkualitas. Pelayanan nasabah merasa mendapatkan pelayanan yang memuaskan (*service excellent*) sehingga dianggap pelayanan tersebut berkualitas. Dan layanan digital dengan adanya *self service technology* dari sisi nasabah merasa puas. Emosional, konsumen merasa puas karena terdapat pujian dari

orang lain karena memakai produk dengan label *brand* tertentu. Harga, nasabah merasa puas apabila harga atau ongkos yang digunakan untuk mengakses produk tersebut terjangkau. Kemudahan, nasabah puas apabila terdapat kemudahan untuk mendapatkan layanan yaitu dengan peran kemudahan dalam akses menuju lokasi bank maupun menuju ATM terdekat (aksesibilitas). Sehingga hasil penelitian ini selaras dengan teori tersebut.



BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun. Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan lalu diteliti lebih lanjut hingga menghasilkan data yang diteruskan untuk diujikan sehingga menghasilkan sebuah jawaban dari hipotesis tersebut. Sehingga kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Hasil pengujian *self service technology* terhadap kepuasan menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,00 < 0,05$ ($\alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak dan menerima H_1 . Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa *self service technology* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara parsial. Nilai koefisien regresi sebesar 0,143 sehingga *self service technology* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.
2. Hasil pengujian kualitas layanan terhadap kepuasan menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,001 < 0,05$ ($\alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak dan menerima H_1 . Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun parsial. Nilai koefisien regresi sebesar 0,1 sehingga kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.

3. Hasil pengujian kualitas layanan terhadap kepuasan menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,00 < 0,05$ ($\alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak dan menerima H_1 . Sehingga berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara parsial. Nilai koefisien regresi sebesar 0,1 sehingga aksesibilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan.
4. Pada uji F diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 265,624$ lebih besar dari $F_{tabel} (2,69)$ sehingga H_0 ditolak dan menerima H_1 . Sehingga berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Madiun secara simultan. Dengan nilai *R square* sebesar 0,892 sehingga diperoleh hasil bahwa *self service technology*, kualitas layanan, dan aksesibilitas bersama-sama mampu menjelaskan variabilitas atau variasi dari kepuasan nasabah sebesar 89,2 % dengan sisanya 10,8 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang dimasukkan sebagai model.

B. SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan telah dijabarkan maka peneliti peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut :

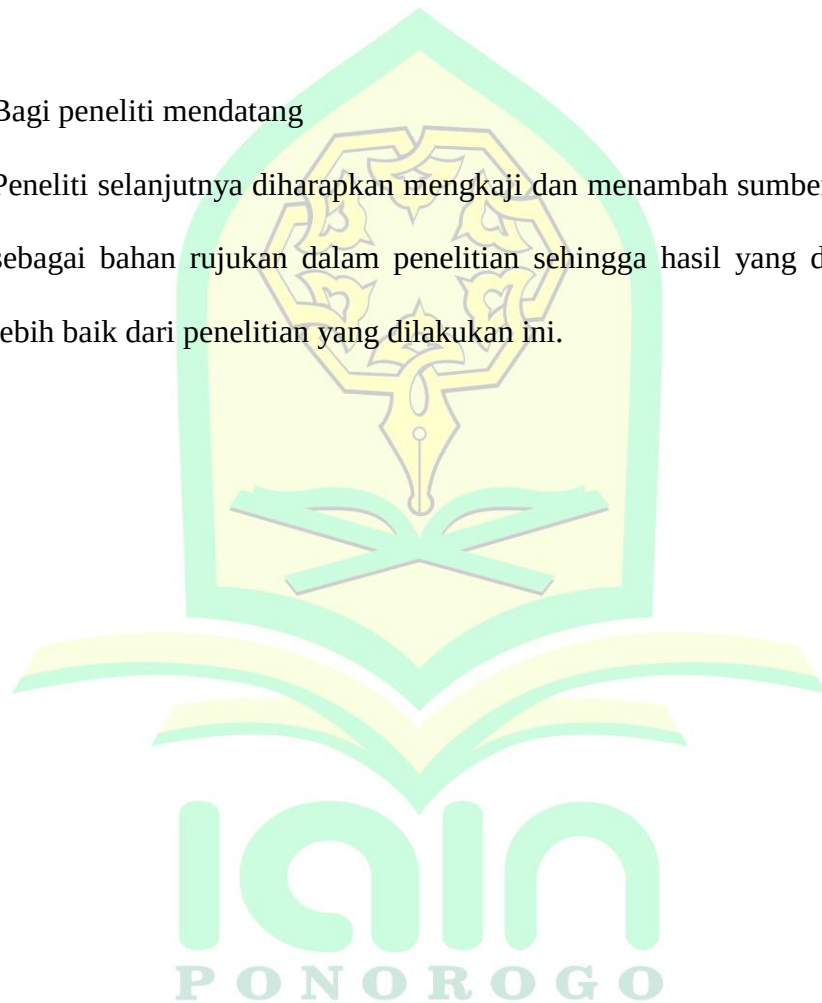
1. Bagi pihak Bank Muamalat KC Madiun

Bank Muamalat telah bertransformasi dengan sistem digital namun harus diimbangi dengan pelayanan yang mumpuni dalam pelayanan digital. Seperti layanan ATM yang belum menerapkan setor tunai dan jumlah layanan tersbut juga harus diperbanyak. Juga dalam hal keterjangkauan

lokasi bank, sebaiknya terdapat cabang lagi di daerah Kabupaten Magetan karena mayoritas dari nasabah Bank Muamalat KC Madiun mayoritas adalah domisili Temboro dan akses ke kantor bank cukup jauh meskipun disediakan ATM untuk transaksinya. Sehingga kepuasan dari nasabah dari Bank Muamalat KC Madiun dapat terus dipertahankan.

2. Bagi peneliti mendatang

Peneliti selanjutnya diharapkan mengkaji dan menambah sumber referensi sebagai bahan rujukan dalam penelitian sehingga hasil yang diharapkan lebih baik dari penelitian yang dilakukan ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, Siti. "Pengaruh self service technology, kualitas pelayanan Islami, dan religiusitas terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi: Studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. cabang pembantu Nganjuk." Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022.
- Arinda, Fahira Setia. Wawancara, 10 Maret 2023.
- Bustomi, Ahmad. wawancara, 10 Maret 2023.
- Christabella, Ting Jessica, Jessica Della Tedjakusuma, dan Agung Harianto. "Pengaruh Kualitas Layanan Self-Service Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Genki Sushi Surabaya." *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 6, no. 2 (2018).
- Curran, James M., dan Matthew L. Meuter. "Self-service technology adoption: comparing three technologies." *Journal of services marketing*, 2005.
- Darmawan, Inge Puspa Puspita, dan Christy Cussoy. "Analisis Pengaruh Accessibility dan Security terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Nasabah Klikbca." *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 1, no. 2 (2013): 24–37.
- Desanuari, Gita Fitri, dan Regi Ludtriani. "Pengaruh self service technology terhadap pengembangan usaha dan kepuasan konsumen di masa pandemi covid-19 pada model bisnis restoran." *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 1, no. 4 (2022): 268–73.
- Djakfar, Muhammad. *Pariwisata halal perspektif multidimensi: peta jalan menuju pengembangan akademik & industri halal di Indonesia*. UIN-maliki Press, 2017.
- Fandy, Tjiptono. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- Fandy Tjiptono. *Total Quality Service*. Yogyakarta: ANDI, 2008.

- Firdaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Analisis regresi IBM SPSS Statistic Version 26.0*. Cet 1. Riau: Dotpus Publisher, t.t.
- Giebelhausen, Michael, Stacey G. Robinson, Nancy J. Sirianni, dan Michael K. Brady. "Touch versus tech: When technology functions as a barrier or a benefit to service encounters." *Journal of Marketing* 78, no. 4 (2014): 113–24.
- Gunadi, Agus, dan Gede Sri Darma. "Menakar Minat Masyarakat Mengadopsi Aplikasi Customer Self Service Berbasis Mobile." *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 14, no. 1 (2022): 26–34.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hidayatul Hasanah, Observasi, 30 September 2022.
- Indrasari. "Pengaruh Kesiapan Teknologi Dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Layanan Bank Berbasis Self-Service Technology," 2021.
- Irawan, Hadi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2009.
- Jauhariyah, Iftitahul. "Pengaruh Self-Service Technology (SST) terhadap kepuasan nasabah pada bank umum syariah di Indonesia." Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020. <http://etheses.uin-malang.ac.id/22374/>.
- Juliandi, Azuar. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press, 2014.
- Kartono, Keris, Rully Trihantana, dan Ria Kusumaningrum. "Preferensi Masyarakat Kecamatan Pamijahan Dalam Pemanfaatan Self-Service Technologies Dibank Syariah." *Sahid Banking Journal* 1, no. 01 (2021): 28–44.
- Kelly, Petranka, Jennifer Lawlor, dan Michael Mulvey. "A review of key factors affecting consumers' adoption and usage of self-service technologies in tourism." Dalam *THRIC Conference, Shannon*, 15–16, 2010.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga, 2012.

- Lin, Jiun-Sheng Chris, dan Pei-Ling Hsieh. "Assessing the self-service technology encounters: development and validation of SSTQUAL scale." *Journal of retailing* 87, no. 2 (2011): 194–206.
- Machmoed, Vitto Jarzal Zendling, Stanss LHV Joyce Lapian, dan Emilia M. Gunawan. "DOES TECHNOLOGY MATTER IN THE WORLD OF LOYALTY? RESEARCH OF SELF SERVICE TECHNOLOGY AND CUSTOMER LOYALTY (CASE STUDY: BURGER KING MANADO)." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 10, no. 4 (2022): 498–510.
- Mahrnun, Robby Syifa'ul. "Pengaruh self service technology dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah: Studi pada Erah. id." Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2020.
- Meuter, Matthew L., Amy L. Ostrom, Robert I. Roundtree, dan Mary Jo Bitner. "Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters." *Journal of marketing* 64, no. 3 (2000): 50–64.
- Nanincova, Niken. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro." *Agora* 7, no. 2 (2019).
- Nurhidayati, Maulida, dan Novi Kurnia Cahyani. "Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo." *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (2021): 146–57.
- Orel, Fatma Demirci, dan Ali Kara. "Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction and loyalty: Empirical evidence from an emerging market." *Journal of Retailing and Customer Services*, Juli 2013, 118–29.
- "Peraturan OJK No. 12 /POJK.03/2018 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum," 2018.
- "Peraturan OJK No. 12 /POJK.03/2018 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum." Diakses 1 Desember 2022. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/128612/peraturan-ojk-no-12-pojk032018-tahun-2018>.

- Prawira, Sendi Arief, dan Diah Pranitasari. "The Effect Of Accessibility, Innovation And Quality Of Public Facilities Services On The Satisfaction Of Passengers With Disabilities On Jakarta Electric Railway." *Indonesian College of Economics*, 2020.
- Purdita, Indra. Wawancara, 10 Maret 2023.
- R. Lupiyadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Tiga. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Rahayu, Ira. Wawancara, 10 Maret 2023.
- Rahmadani, Nanda Dian. "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Melakukan Transaksi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Malang)," 2022.
- Ramadhanti, Melinda, Noor Shodiq Askandar, dan M. Cholid Mawardi. "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNISMA dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2018 dan 2019)." *El-Aswaq* 3, no. 1 (2022).
- Ratnasari, Aprillia Dewi. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 3, no. 3 (2016).
- Risnawati, Henny, Hendi Eka Sumarga, dan Sugeng Purwanto. "The effect of service quality prices and location of companies to customer satisfaction implications on customer loyalty." *International Review of Management and marketing* 9, no. 6 (2019): 38.
- Ritonga, Aulia Rahma. "Pengaruh Usability dalam Self Service Technology Terhadap Kepuasan Pemustaka di Balai Layanan Perpustakaan Unit Grhatama Pustaka Yogyakarta." *JIPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)* 7, no. 1 (2022): 144–58.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana, 2013.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Tamaruddin, Tamar, Achmad Firdaus, dan Endri Endri. "Customer Satisfaction Mediates the Effect of Self Service Technology on Customer Loyalty in of Islamic Bank E-Banking Services in Indonesia." *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research* 4, no. 2 (2020): 1–15.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: ANDI, 2014.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. *Service, Quality and Satisfaction*. Edisi tiga. Yogyakarta: ANDI, 2011.

Top Brand Award. "Top Barand Index Tabungan Syariah," 2022.

Wahjono, Sentot Imam, Anna Marina, Siti Maro'ah, dan Widayat. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2018.

Wahono, Ribut Muji, dan Ely Masykuroh. "PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP DAYA SAING DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG NGANJUK YOS SUDARSO." *Falahiya: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 2 (31 Desember 2022): 156–72.

Wibowo, Agung Edy. *Metodologi Penelitian Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*. Cirebon: Insania, 2021.

Widarjono, Agus. *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015.

Wijaya, Affandi Sophia. Wawancara, 10 Maret 2023.

Wulandari, Yayan Arum, dan Bedjo Santoso. "Pengaruh Interpesonal Service Quality Dan Self Service Technology Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dengan Perceiveb Value Sebagai Variabel Intervening pada Pelayanan Statistik Terpadu (PST) Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah." *NCAB*, 2019.

www.muamalat.com. "Laporan Tahunan Bank Muamalat 2021," 2021.

Yudiaatmaja, Fridayana. *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.

