

**PENGARUH *AUTOMATIC TELLER MACHINE* (ATM) DAN *MOBILE*
BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BRI
SYARIAH KC MADIUN
SKRIPSI**



Oleh:

MASLAKATUS SOLIKAH

NIM. 210815075

Pembimbing:

Anjar Kususiyannah, M.Hum.

NIP. 198807072019032020

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

2020

ABSTRAK

Maslakatus Solikah, 2019. tentang *Pengaruh Automatic Teller Machine (ATM) dan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun*. **Skripsi**. Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Anjar Kussusiyah, M.Hum.

Kata Kunci: Fasilitas, Pelanggan, Perusahaan

Keberhasilan suatu perusahaan termasuk lembaga keuangan dipengaruhi oleh kepuasan nasabah, karena ketertarikan pelanggan untuk mengulangi pembelian produk perusahaan dipengaruhi oleh kepuasan nasabahnya itu sendiri. Diantara faktor kepuasan nasabah adalah fasilitas ATM dan *Mobile Banking*, namun fasilitas tersebut belum terlaksana dengan baik terbukti dari penggunaan *M-Banking* memiliki keterbatasan seperti saat terjadi gangguan jaringan maka akses melalui *M-Banking* akan terhambat, kemudian tingkat ketersediaan mesin ATM yang masih terbatas dan terjadi debit secara otomatis apabila gagal melakukan transaksi pada ATM bank lain. Maka dari itu kepuasan nasabah perlu mendapatkan perhatian dan pengelolaan agar mencapai hasil yang maksimal. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan seberapa besar pengaruhnya, 2) apakah *M-Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan seberapa besar pengaruhnya, 3) apakah ATM dan *M-Banking* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan seberapa besar pengaruhnya.

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan assositif. Populasi dan sampel dari penelitian ini adalah 100 nasabah. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Uji coba menggunakan 30 nasabah di Bank BRI Syariah kantor cabang Madiun. Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan uji multikolinieritas. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) ATM berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, semakin baik fasilitas ATM maka semakin baik juga kepuasan nasabahnya, 2) *M-Banking* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, semakin baik fasilitas *M-Banking* maka semakin baik juga kepuasan nasabahnya, 3) ATM dan *M-Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah, semakin baik fasilitas ATM dan *M-Banking* maka semakin baik juga kepuasan nasabahnya.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Maslakatus Solikah
Nim : 210815075
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Automatic Teller Machine (ATM)* dan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

Ponorogo, 29 April 2020

Mengetahui,
Kajur/Kaprodi



Agung Eko Purwana, SE, MSI.
NIP. 197109232000031002

Menyetujui,
Pembimbing

Anjar Kususiyanah, M.Hum.
NIP. 198807072019032020



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 *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun
Nama : Maslakatus Solikah
NIM : 201815075
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, M.E.I.
NIP. 197506022002121003

Penguji I
Dr. Shinta Maharani, S.E., M.Ak
NIP. 197905252003122002

Penguji II
Anjar Kususiyanah, M.Hum.
NIP. 198807072019032020

(A.)
(Maharani)
(Anjar)

Ponorogo, 26 Mei 2020

Mengesahkan
Dekan FEB IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

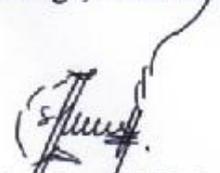
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maslakatus Solikah
NIM : 210815075
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun

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

Demikian pernyataan saya untuk digunakan semestinya.

Ponorogo, 6 Juni 2020


Maslakatus Solikah
210815075

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MASLAKATUS SOLIKAH

NIM : 210815075

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

*PENGARUH AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) DAN MOBILE
BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BRI
SYARIAH KC MADIUN*

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

Ponorogo, 29 April 2020

Pembuat pernyataan,



MASLAKATUS SOLIKAH
NIM. 210815075

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan, maka konsumen tersebut merasa puas, begitu sebaliknya apabila barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen tidak sesuai dengan harapan maka konsumen tersebut merasa tidak puas.¹

Howard & Shetc (1969) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.²

Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut *Fandy Djiptono & Gregorius Candra* (2011) adalah variabel produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana. Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.³

¹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017), 197.

² Fandi Djiptino, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 353.

³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, 210.

Salah satu fasilitas yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KC Madiun adalah fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) dan fasilitas *Mobile Bankin*. *Automatic Teller Machine* (ATM) adalah mesin yang menjadi sarana untuk melakukan transaksi perbankan elektronik antara lain penarikan tunai, informasi saldo dan lain sebagainya.⁴ Fasilitas ATM akan mempercepat waktu dalam bertransaksi dan mengurangi tingkat kesalahan dalam memberikan layanan. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan nasabah dan keuntungan perusahaan.⁵ Untuk mencapai kepuasan nasabah maka diperlukan kelengkapan dan kegunaan produk, termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan misalnya tersedianya fasilitas ATM di berbagai lokasi-lokasi strategis.⁶

Sedangkan *Mobile Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat *Mobile* seperti telepon seluler menggunakan media menu pada aplikasi *MobileBRIS* dengan menggunakan media jaringan internet pada *handphone* yang dikombinasikan dengan media *Short Message Service* (SMS) secara aman dan mudah.⁷ Cukup dengan mesin (ATM, *cash deposit machine*) dan teknologi perbankan digital (*Mobile Banking, Internet Banking*) urusan perbankan sudah bisa diselesaikan sendiri dan akan meningkatkan kepuasan dan kenyamanan nasabah. Tidak heran jika

⁴ *Organisasi Group & layanan dan kebijakan umum operasi BRI Syariah* (Diarsipkan Oleh: Group Operasi dan Layanan BRISyariah, 2012), 64.

⁵ Soni Yuwono, dkk, *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 168.

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Wali Pers, 2012), 264-265.

⁷ <http://www.brisyariah.co.id/detailProduk.php?url=1&f=mobilebanking>, (diakses pada tanggal 26 Februari 2019, Pukul 20.30).

perbankan berlomba-lomba meningkatkan kemampuan teknologi yang dimiliki karena dengan demikian akan mampu mendongkrak *brand* sementara nasabah akan semakin puas dengan fasilitas yang diciptakan perbankan.⁸

Dalam dunia perbankan saat ini telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara *mobile*, hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan terhadap tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. Masyarakat semakin menuntut kepraktisan dan mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang menghabiskan banyak waktu. Sebelumnya nasabah sudah cukup puas dengan adanya transaksi menggunakan ATM, namun kepuasan tersebut cepat menghilang karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank bahkan terkadang nasabah harus tetap mengantri untuk menunggu gilirannya tiba. Dilain pihak, tingginya tingkat kriminalitas yang melahirkan kebutuhan masyarakat akan keamanan dan kepraktisan dalam melakukan segala transaksi, industri perbankan memanfaatkan hal tersebut dengan berlomba-lomba memberikan fasilitas yang dapat dilibatkan langsung dalam melakukan transaksi sehari-hari salah satunya adalah fasilitas *Mobile Banking* yang dapat diakses dengan perangkat bersistem Android, HP Apple dengan iOS di dalamnya, *Blackberry* dan juga Windows Phone, namun fasilitas *Mobile Banking* banyak mengalami keluhan dari masyarakat diantaranya adalah aplikasi *Mobile Banking* tidak

⁸ Dewi Madyani, dkk, *Marketing To The Middle Class Muslim* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014),103.

dapat dibuka atau dijalankan, tidak bisa aktivasi akun meskipun terhubung dengan internet, sim card tidak terdeteksi, dan lain sebagainya.⁹

Berdasarkan pengamatan yang saya lakukan di Bank BRI Syariah KC Madiun, menunjukkan bahwa fasilitas ATM dan *Mobile Banking* belum terlaksana dengan baik. Terbukti dalam penggunaan *M-Banking* memiliki keterbatasan seperti pembatasan nominal dalam sekali transaksi dan saat terjadi gangguan jaringan maka akses melalui *M-Banking* akan terhambat, kemudian ketersediaan mesin ATM yang terbatas membuat nasabah harus menempuh jarak yang jauh untuk dapat bertransaksi melalui ATM bahkan sering menunggu lama karena antrian terlalu panjang dan lokasinya yang jauh dari tempat tinggal membuat nasabah kesulitan dalam bertransaksi, sehingga nasabah sering melakukan transaksi pada mesin ATM bank lain yang memerlukan biaya cukup mahal dalam sekali transaksi serta terjadi debit secara otomatis apabila gagal melakukan transaksi pada ATM bank lain, tentunya hal ini akan berdampak terhadap tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sangat mungkin tercapai apabila pihak Bank BRI Syariah KC Madiun memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan kualitas fasilitas ATM dan *Mobile Banking* agar nasabah merasa puas dan terus menggunakan produk tersebut bahkan sebagai promosi perusahaan melalui nasabah dari mulut ke mulut. Fenomena tersebut merupakan fakta yang terjadi dan diduga ada kaitannya dengan fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking*. Namun hal tersebut masih perlu diteliti dengan

⁹ Irwan, *Indonesia Customer Satisfaction* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004),

lanjut melalui penelitian empiris dengan judul Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah?
2. Apakah *Mobile Banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah?
3. Apakah *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap tingkat kepuasan nasabah
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *Mobile Banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah
3. Untuk menguji besarnya pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini ditujukan sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu perbankan syariah yang diperoleh di perguruan tinggi guna disajikan sebagai bahan studi ilmiah dalam rangka penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan perbankan syariah.

2. Kegunaan praktis

a. Bagi praktisi perbankan

Penelitian ini diharapkan mampu mengupayakan bagaimana pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* sehingga mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

b. Bagi Lingkungan

Penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan untuk menambah pengetahuan mengenai *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* yang berperan terhadap kepuasan nasabah untuk bertransaksi secara praktis.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan dalam penulisan laporan penelitian ini adalah:

BAB I: Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Pada bab ini meliputi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III: Metode penelitian meliputi rencana penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV: Pada bab ini berisi sejarah objek penelitian, hasil pengujian instrument (validitas dan reliabilitas), hasil pengujian deskrips, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V: Penutup meliputi kesimpulan dan saran.



BAB II
TEORI, PENELITIAN TERDAHULU,
KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian

Kepuasan pelanggan atau nasabah merupakan suatu konsep yang telah dikenal dan banyak digunakan dalam berbagai bidang riset pelanggan (menganggap bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pefasilitas yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi). Kesenjangan akan menimbulkan ketidakcocokan, yaitu ketidakcocokan positif meningkatkan atau mempertahankan kepuasan dan ketidaksesuaian menciptakan ketidakpuasan.¹

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif dan mampu memberikan laba bagi bank. Untuk mencapai

¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 101.

tujuan seperti diatas atau dengan kata lain kepuasan nasabah, maka perlu dilakukan hal-hal berikut:

- 1) Memperhatikan kualitas pelayanan dari staf bank yang melayani nasabah dengan keramahan, sopan santun serta pelayanan cepat dan efisien.
- 2) Faktor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan stafbank tersebut.
- 3) Harga yang ditawarkan.
- 4) Keamanan dan kenyamanan lokasi bank.
- 5) Kemudahan memperoleh produk bank.
- 6) Penanganan complain atau keluhan
- 7) Kelengkapan dan kegunaan produk termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan, misalnya tersedianya fasilitas ATM di berbagai lokasi lokasi strategis.
- 8) Perhatian terhadap nasabah dimasa mendatang terutama terhadap pelayanan purna jualnya.²

b. Faktor-faktor kepuasan konsumen

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut *Fandy Tjiptono* dan *Gregorius Candra* (2011) adalah:

² Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Wali Pers, 2012), 262-265.

1) Produk

Layanan produk yang baik dan mempengaruhi selera serta harapan konsumen, produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

2) Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Dasar penilaian terhadap harga meliputi tingkat harga dan kesesuaian dengan nilai jual produk, variasi atau pilihan harga terhadap produk.

3) Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran. Penelitian dalam hal ini meliputi iklan, produk dan jasa, diskon barang dan pemberian hadiah-hadiah.

4) Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen. Penilaian terhadap atribut lokasi meliputi lokasi perusahaan, kecepatan dan ketetapan dalam transportasi.

5) Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen. Dasar penilaian dalam hal ini meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketetapan.

6) Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen. Dasar penilaian meliputi penataan barang, tempat penitipan barang, kamar kecil dan tempat ibadah.

7) Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri. Dasar penilaian meliputi sirkulasi udara, keamanan dan kenyamanan.³

c. Pengukuran kepuasan pelanggan

Kotler & Keller menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat diketahui melalui:

- 1) Sistem keluhan dan saran, dengan cara membuka kotak saran dan menerima keluhan, saran, kritik oleh pelanggan atau bisa juga disampaikan melalui kartu informasi, *customer hot line*.

³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2017), 209-210.

- 2) Survey kepuasan konsumen, biasanya peneliti mengenai kepuasan konsumen dilakukan melalui pos, *telephon*, wawancara pribadi atau perusahaan mengirimkan angket ke orang-orang tertentu.
- 3) Pembeli bayangan, dalam hal ini perusahaan menyuruh orang-orang tertentu untuk membeli ke perusahaan lain, sehingga dapat mengetahui keunggulan dan kelemahan pelayanan di perusahaan lain tersebut.
- 4) Analisis konsumen yang beralih, perusahaan yang kehilangan langganan mencoba untuk menghubungi konsumen tersebut dan dibujuk untuk membeli produk kembali.⁴

d. Elemen kepuasan nasabah

Lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Harapan

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2) Kinerja

⁴ Ibid., 203.

Pengalaman konsumen terhadap kinerja actual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika actual kinerja barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3) Perbandingan

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja actual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja actual produk.

4) Pengalaman

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek atau barang dari jasa yang berbeda dari orang lain

5) Konfirmasi

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja actual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari actual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*.⁵

⁵ Ibid., 210-211.

2. Fasilitas

a. Pengertian

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.⁶

b. Dimensi fasilitas jasa

1) Sifat dan tujuan organisasi jasa

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai ketentuan desainnya. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain eksterior bisa pula menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa di dalamnya. Banyak organisasi jasa yang memperoleh manfaat langsung dari desain khusus yang disesuaikan dengan sifat dan tujuannya.

2) Ketersediaan tanah dan ketersediaan akan ruang/tempat

Setiap perusahaan jasa yang membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya perlu mempertimbangkan sejumlah fakti, seperti kemampuan financial, ketersediaan tanah, peraturan pemerintah berkenaan dengan kepemilikan tanah, pembebasan tanah dan lain-lain.

3) Fleksibilitas

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang,

⁶ Ibid., 210.

sehingga resiko keusangan relative besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan secara mudah dan memperhitungkan pula kemungkinan perkembangan dimasa mendatang.

4) Faktor estesis

Fasilitas jasa yang tertata secara rapi, menarik dan estesis akan meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa. Selain itu, sikap karyawan terhadap pekerjaan dan motifasi kerjanya juga dapat meningkat.

5) Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat dan lingkungan sekitar fasilitas jasa memainkan peran penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

6) Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi deain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energy ruangan yang berkaitan dengan perubahan suhu.⁷

⁷ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), 136-138.

c. Faktor-faktor tata letak fasilitas

Menurut *Mudie dan Cottam* (1999), terdapat enam faktor yang harus diperhatikan menyangkut tata letak fasilitas jasa, yaitu:

1) Perencanaan spasial

Aspek-aspek seperti proporsi, simetri, tekstur dan warna perlu diintegrasikan dan dirancang secara cermat untuk menstimulasi respon intelektual maupun respon emosional dari para pemakai atau orang yang melihatnya.

2) Perencanaan ruangan

Faktor ini mencakup perancangan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

3) Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan atau perabotan memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.

4) Tata cahaya

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari, warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, persepsi penyedia jasa akan tugasnya, tingkat ketajaman penglihatan dan suasana yang diinginkan.

5) Warna

Banyak orang yang meyakini bahwa warna memiliki bahasanya sendiri, dimana warna dapat menstimulasi perasaan dan emosi spesifik.

6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting yang saling terkait dalam faktor ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambing atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.⁸

3. *Automatic Teller Machine* (ATM)

Automatic Teller Machine (ATM) merupakan fasilitas perbankan 24 jam yang memungkinkan anda untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang.⁹ ATM adalah mesin yang dapat melakukan tugas-tugas yang seharusnya dilakukan oleh *teller*. Nasabah dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan ATM, bank akan memungut biaya pemeliharaan tertentu atas pefasilitas ATM. Fitur yang diberikan bank melalui kartu ATM adalah transfer antar rekening, pembayaran telepon, listrik, *handphone* dan lain-lain. Pada perkembangannya, produk ATM tidak hanya memiliki target market nasabah pendanaan, tetapi juga bank dan *marchant*. Bank yang menjadi target pasar adalah bank-bank yang ingin memiliki fasilitas ATM tidak memiliki teknologi terkait biaya investasi produk ATM. Sistem ATM

⁸ Ibid., 139-142.

⁹ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), 299 .

yang sedang berkembang saat ini menjadi sumber pemasukan besar bagi bank, biasanya setiap kali penerbitan kartu ATM dan transaksi di ATM oleh nasabah akan dikenakan biaya tertentu. Saat ini, perkembangan ATM sudah sedemikian maju sehingga penarikan dan transfer dana dapat dilakukan pada kasir berlanja di *merchant*. Oleh karena itu, *merchant* seperti pasar swalayan menjadi target bagi pemasaran produk ATM.¹⁰

Fasilitas ATM memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan. Berbagai jenis transaksi dapat dilakukan melalui ATM, diantaranya adalah transaksi non keuangan dan transaksi keuangan. Transaksi non keuangan meliputi informasi saldo rekening, mutasi rekening dan cetak rekening koran. Adapun transaksi keuangan meliputi penarikan uang tunai, pengecekan saldo tabungan, transfer antar BRI Syariah, transfer antar rekening bank melalui jaringan ATM bersama, pembayaran tagihan telepon, pembayaran listrik, pembelian *voucher* prabayar, pembelian tiket *airline*, pembayaran uang kuliah berbagai universitas, pembayaran berbagai tagihan pembiayaan, pembayaran zakat, infaq dan shodaqoh.¹¹

4. *Mobile Banking*

Arti istilah *Mobile Banking* atau *M-Banking* merupakan fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone*, fasilitas yang

¹⁰ Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), 128-129.

¹¹ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah*, 299.

disediakan bank menggunakan sarana SMS untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan.¹²

Beberapa jenis transaksi *Mobile Banking* antara lain transaksi *non financial* dan transaksi *financial*. Transaksi *non financial* meliputi informasi saldo, informasi mutasi tiga transaksi terakhir, ganti PIN, cek *history* transaksi dan daftar transaksi favorit. Sedangkan transaksi *financial* meliputi transfer sesama rekening BRISyariah, transfer antar bank, pembayaran tagihan PLN, pembayaran PLN non tagihan listrik, pembayaran tagihan telepon (Telkom), pembayaran Telkom flexi, pembayaran kartu halo telkomsel, pembayaran xl *postpaid*, pembayaran smartfren *postpaid*, pembayaran *speedy*, pembayaran transvision, pembayaran donasi, pembayaran institute, pembelian PLN *prepaid* (token), pembayaran pulsa telkomsel, pembayaran pulsa xl, pembayaran pulsa smartfren, pembelian paket internet Telkom, pembelian BIG TV dan *top Up* Gopay Gojek¹³

¹² Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 110.

¹³ <http://www.brisyariah.co.id/detailProduk.php?url=1&f=mobilebanking>, (diakses pada tanggal 26 Februari 2019, jam 21.12).

B. Penelitian Terdahulu

TABEL 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama/Judul Penelitian/Tahun	Metode Penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan dengan Penulis
Tofan Kirmono Putra/ Penggunaan Kualitas Layanan ATM dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah Yogyakarta)/Jurusan Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/2016.	Metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kualitas layanan ATM dan Citra Perusahaan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah Yogyakarta. Variabel kualitas layanan ATM dan Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI	Dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan variabel kualitas layanan ATM dan Citra Perusahaan. Studi kasus penelitian ini dilaksanakan di Bank BRI Syariah

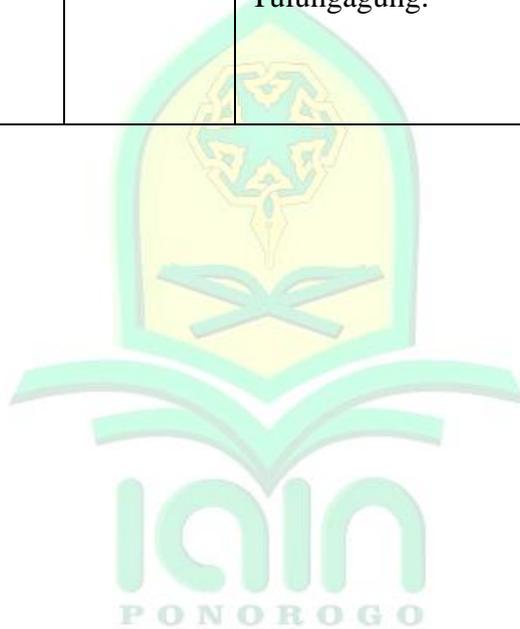
		Syariah Yogyakarta. ¹⁴	Yogyakarta.
Yugi	Metode	Penelitian ini	Dalam
Yuliansah/Analisis Pengaruh Fasilitas <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah BRI Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta/Jurusan Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta/2017.	kuantitatif dengan pendekatan <i>in expost facto</i> , teknik analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dan berganda	menjelaskan bahwa variabel keamanan fasilitas, kemampuan akses fasilitas dan kondisi fasilitas <i>m-banking</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah BRI Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Namun variabel tambahan biaya fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah	penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan variabel keamanan fasilitas, tambahan biaya fasilitas, kemampuan akses fasilitas dan kondisi fasilitas <i>m-banking</i> . Studi kasus

¹⁴ Tofan Kirmono Putra, "Penggunaan Kualitas Layanan ATM dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah Yogyakarta" (Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016)

		BRI Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. ¹⁵	penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah BRI Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.
Ana Rijeki Sabiyatunnadhif/ Pengaruh <i>Internet Banking, Mobile Banking</i> dan <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang	Metode kuantitatif dengan pendekatan <i>ex post facto</i> , teknik analisis menggunakan analisis regresi linier	Penelitian ini menjelaskan bahwa variabel <i>internet banking</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Tulungagung. Namun variabel <i>Mobile Banking, automatic teller</i>	Dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah menggunakan variabel <i>internet banking, Mobile Banking</i> dan <i>automatic teller</i>

¹⁵ Yugi Yuliansah, “Analisis Pengaruh Fasilitas *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah BRI Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta” (Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

Tulungagung/Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung/2016.	sederhana dan berganda	<i>machine</i> /ATM secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Tulungagung. ¹⁶	<i>machine</i> (ATM). Studi kasus penelitian ini dilaksanakan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Tulungagung.
--	------------------------	--	---

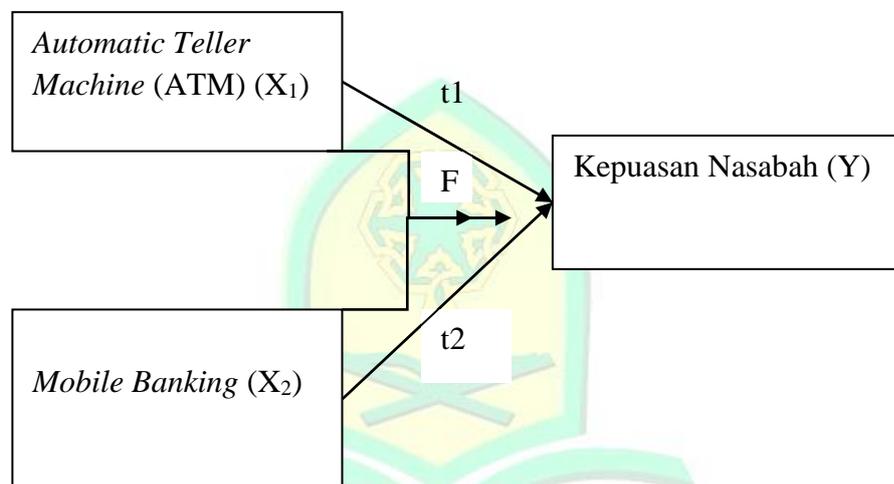


¹⁶ Ana Rijeki Sabiyatunnadhif, “Pengaruh *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Tulungagung” (Skripsi: IAIN Tulungagung, 2016).

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.¹⁷

Berdasarkan telaah pustaka, maka paradigma penelitian adalah sebagai berikut:



GAMBAR 2.1

Kerangka Pemikiran

Dari paradigma penelitian diatas, dapat diuraikan kerangka pemikiran sebagai berikut:

1. Jika kualitas fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) baik, maka kepuasan nasabah akan tinggi. Sebaliknya, jika fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) buruk, maka kepuasan nasabah akan rendah.

¹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 91.

2. Jika kualitas fasilitas *Mobile Banking* baik, maka kepuasan nasabah akan tinggi. Sebaliknya, jika fasilitas *Mobile Banking* buruk, maka kepuasan nasabah akan rendah.
3. Jika kualitas fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) dan fasilitas *Mobile Banking* baik, maka kepuasan nasabah akan tinggi. Sebaliknya, jika fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) dan fasilitas *Mobile Banking* buruk, maka kepuasan nasabah akan rendah.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis berasal dari kata *Hypo* yang artinya di bawah dan *thesa* yang berarti kebenaran. Definisi dari hipotesis adalah jawaban sementara yang kebenarannya harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh melalui tinjauan pustaka.¹⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka berfikir, maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah

Automatic Teller Machine (ATM) adalah mesin yang menjadi sarana untuk melakukan transaksi perbankan elektronik antara lain penarikan tunai, informasi saldo dan lain sebagainya.¹⁹

Fasilitas ATM akan mempercepat waktu dalam bertransaksi dan mengurangi tingkat kesalahan dalam memberikan layanan. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan nasabah dan keuntungan

¹⁸Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder* (Depok: Rajagrafindo Persada, 2012), 63.

¹⁹ *Organisasi Group & layanan dan kebijakan umum operasi BRI Syariah*, 64.

perusahaan.²⁰ Menurut kasmir, untuk mencapai kepuasan nasabah maka diperlukan kelengkapan dan kegunaan produk, termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan misalnya tersedianya fasilitas ATM di berbagai lokasi-lokasi strategis.²¹

Ho :Fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H₁ :Fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah

Mobile Banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat *Mobile* seperti telepon seluler menggunakan media menu pada aplikasi *MobileBRIS* dengan menggunakan media jaringan internet pada *handphone* yang dikombinasikan dengan media *Short Message Service* (SMS) secara aman dan mudah.²²

Menurut Dewi Madyani, cukup dengan mesin ATM dan teknologi perbankan digital (*Mobile Banking, Internet Banking*) urusan perbankan sudah bisa diselesaikan sendiri dan akan meningkatkan kepuasan dan kenyamanan nasabah. Tidak heran jika perbankan berlomba-lomba meningkatkan kemampuan teknologi yang dimiliki karena dengan

²⁰ Soni Yuwono, dkk, *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard* , 168.

²¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 264-265.

²² <http://www.brisyariah.co.id/detailProduk.php?url=1&f=mobilebanking>, (diakses pada tanggal 26 Februari 2019, jam 20.30).

demikian akan mampu mendongkrak *brand* sementara nasabah akan semakin puas dengan fasilitas yang diciptakan perbankan.²³

H₀ :Fasilitas *Mobile Banking* secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H₂ :Fasilitas *Mobile Banking* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh *Automatic Teller machine* dan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah

Howard & Shetc (1969) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.²⁴

Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut *Fandy Djiptono & Gregorius Candra* (2011) adalah variabel produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas (ATM dan *M-Banking*) dan suasana. Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.²⁵

H₀ :Fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) dan fasilitas *Mobile Banking* secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

²³ Dewi Madyani, dkk, *Marketing To The Middle Class Muslim*, 103.

²⁴ Fandi Djiptino, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, 353.

²⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*, 210.

H₃ :Fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) dan fasilitas *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rencana Penelitian

Secara umum, metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan fungsi tertentu. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotetis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian ini bersifat asosiatif dan berusaha mengukur pengaruh antar variabel, yakni variabel *Automatic Teller Machine (ATM)* dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KC Madiun. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*). Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan tersebut dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan.¹

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*,

Alasan memilih jenis penelitian penjelasan *explanatory research* adalah untuk menguji hipotesis yang diajukan. Dengan hipotesis tersebut diharapkan dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian jenis ini, selanjutnya dilakukan analisis pengaruh antara variabel-variabel yang telah dirumuskan, yaitu *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KC Madiun.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Sumber
Fasilitas <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) (X ₁)	ATM merupakan fasilitas perbankan 24 jam untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang. Ukuran seberapa bagus tingkat pefasilitas yang	a. Pertimbangan/ perencanaan spesial b. Perencanaan ruangan c. Perlengkapan/ perabotan d. Tata cahaya e. Warna f. Pesan-pesan	Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, <i>Service, Quality & Satisfaction</i> (Yogyakarta a, Andi

	diberikan terhadap harapan nasabah.	yang disampaikan secara grafis	Offset, 2011)
Fasilitas <i>Mobile Banking</i> (X ₂)	<i>Mobile Banking</i> merupakan suatu fasilitas perbankan syariah dengan menggunakan teknologi informasi berbasis internet (<i>online</i>). Ukuran seberapa bagus tingkat pefasilitas yang diberikan terhadap harapan nasabah.	a. Pertimbangan/ perencanaan spesial b. Perencanaan ruangan c. Perlengkapan/ perabotan d. Tata cahaya e. Warna f. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis	Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, <i>Service, Quality & Satisfaction</i> (Yogyakarta, Andi Offset, 2011)
Kepuasan nasabah (Y)	Kepuasan nasabah merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum	a. Produk b. Harga c. Promosi d. Lokasi e. Pelayanan karyawan f. Fasilitas	Donni Juni Priansa, <i>Perilaku Konsumen</i> (Bandung, Alfabeta, 2017)

	penggunaannya.	g. Suasana	
--	----------------	------------	--

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syariah KC Madiun, nasabah dimintai untuk mengisi kuisioner yang telah disediakan kemudian hasilnya di analisis menggunakan analisis regresi berganda. Skala pengukuran dan instrumen penelitian menggunakan skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala ini maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.² Alternatif jawaban penelitian dibagi menjadi lima kategori kemudian di beri skor seperti dibawah ini:

- Sangat Setuju (SS) : 5
 Setuju (S) : 4
 Kurang Setuju (KS) : 3
 Tidak Setuju (TS) : 2
 Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*,

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen

No.	Variabel	Indikator	Item
1.	<i>Automatic Teller Machine (ATM)</i>	Pertimbangan/ perencanaan special	1, 2
		Perencanaan ruangan	3, 4, 5
		Perlengkapan/ perabotan	6, 7, 8
		Tata cahaya	9, 10, 11
		Warna	12, 13
		Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis	14, 15
2.	<i>Mobile Banking</i>	Pertimbangan/ perencanaan special	16, 17, 18
		Perencanaan ruangan	19
		Perlengkapan/ perabotan	20, 21, 22
		Tata cahaya	23, 24, 25
		Warna	26, 27
		Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis	28, 29, 30
3.	Kepuasan Nasabah	Produk	31, 32, 33
		Harga	34, 35, 36
		Promosi	37, 38, 39

	Lokasi	40, 41, 42
	Pelayanan Karyawan	43, 44, 45
	Fasilitas	46, 47, 48
	Suasana	49, 50, 51

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang tetapi benda-benda alam yang lain.³

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* Bank BRI Syariah KC Madiun.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁴

Teknik pengukuran sampel apabila populasi tidak diketahui dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{z\alpha/2\sigma}{e} \right]^2$$

³ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2002), 55.

⁴ Ibid., 56.

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z_{α} = ukuran tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ (tingkat kepercayaan 95% berarti $Z_{0,05} = 1,96$)

σ = standar deviasi 0,25

e = standar error atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5% = $0,05$)⁵

Maka perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right]^2$$

$$n = \left[\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut, peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran 96,4. Melihat hasil tersebut maka untuk memudahkan penghitungan dat, peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 nasabah pengguna *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* pada Bank BRI Syariah KC Madiun.

⁵ Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 66.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yaitu data berupa angka. Berdasarkan sumbernya data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer diperoleh dari nasabah pengguna *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* atau responden yang berupa jawaban dari keluhan item pertanyaan yang diajukan melalui angket. Sedangkan data sekunder umumnya tidak dirancang secara spesifik untuk memenuhi kebutuhan penelitian tertentu. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi dan arsip-arsip bank.⁶

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya.⁷ Subjek penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar dalam fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* Bank BRI Syariah KC Madiun. Dan objek penelitian yang akan diteliti adalah *Automatic Teller Machine* (ATM) (X_1) dan *Mobile Banking* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) di Bank BRI Syariah KC Madiun.

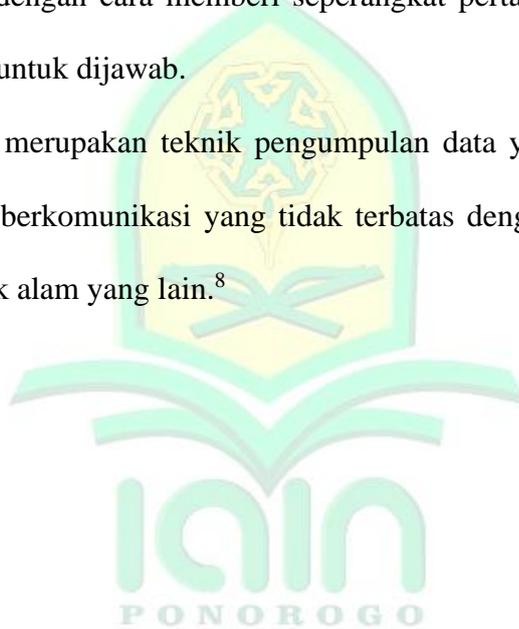
⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 171-172.

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 114.

E. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab untuk menemukan permasalahan yang dicari kebenarannya atau untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden.
2. Kuesioner atau angket, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.
3. Observasi, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara kompleks, berkomunikasi yang tidak terbatas dengan orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.⁸



⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, 137-145.

F. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data selesai dikumpulkan dengan lengkap, Tahap pertama adalah pengolahan data. Untuk menyajikan keterangan keperluan analisis dan penarikan kesimpulan sebaik-baiknya, maka proses pengolahan data melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. Menyiapkan data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif pengolahan data secara umum dilaksanakan melalui tahap pemeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*).

2. Editing

Editing adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan.. kegiatan ini menjadi penting karena kenyataan bahwa data yang terhimpun kadang belum memenuhi harapan peneliti.

3. Pengkodean

Setelah tahap editing selesai, kegiatan berikutnya adalah mengklarifikasi data-data melalui tahap koding. Maksudnya data yang telah diedit diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis.

4. Manipulasi data

Setelah pembersihan data, peneliti mungkin memerlukan manipulasi data untuk memudahkan penafsiran data atau hubungan antar variabel yang sesuai dengan tujuan riset.

5. Analisis dan penafsiran data

Setelah data disusun sedemikian rupa dalam table-tabel ataupun bentuk lainnya, maka langkah berikutnya adalah menafsirkan hasil penemuan dan pengolahan data. Karena riset pada dasarnya bermaksud menarik kesimpulan dari data yang dikumpulkan, maka peneliti perlu melakukan perhitungan terhadap data agar jelas sifat-sifat yang dimilikinya.⁹

Untuk menjawab permasalahan yang ada, maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji coba instrument

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrument alat ukur telah menjalankan fungsi ukurnya. Uji validitas menunjukkan kecepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala pengukuran disebut valid bila ia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.

⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, 200-204.

b. Realibilitas

Pengujian realibilitas adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrument. Suatu instrument dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian instrument tersebut menunjukkan hasil yang tetap.¹⁰

2. Uji asumsi klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui bahwa hasil estimasi regresi yang dilakukan bebas dari adanya gejala multikolinieritas, heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi normal.

a. Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal.¹¹

b. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*).¹²

c. Autokorelasi

Autokorelasi adalah menguji tentang ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 pada

¹⁰ Tony Wijaya, *Analisis data Penelitian menggunakan Spss* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), 109-113.

¹¹ V. wiratma Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 192.

¹² Tony Wijaya, *Analisis data Penelitian menggunakan Spss*, 119.

persamaan regresi linier. Apabila terjadi korelasi maka menunjukkan adanya problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi, salah satu cara untuk menguji adalah dengan Uji Durbin Watson. Uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi dalam variabel bebas.¹³

Tabel 3.3

Tabel Pengambilan Keputusan Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < dw < dl$
Tidak ada autokorelasi negative	No decision	$dl \leq dw \leq du$
Tidak ada korelasi positif	Tolak	$(4 - dl) < dw < 4$
Tidak ada korelasi negative	No decision	$(4 - du) \leq d \leq (4 - dl)$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < dw < (4 - du)$

¹³ Ibid., 121-122.

d. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.¹⁴

3. Uji hipotesis

a. Analisis regresi linier sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah secara parsial (uji t).

b. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai naik turunnya nilai. Analisis regresi linier berganda dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua.¹⁵

Regresi linier berganda, digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* terhadap variabel kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KC Madiun.

¹⁴ Ibid., 124.

¹⁵ Ibid., 250-251.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Kontanta

b₁ = Koefisien regresi X₁

b₂ = koefisien regresi X₂

X₁ = *Automatic Teller Machine (ATM)*

X₂ = *Mobile Banking*

c. Koefisien korelasi (r)

Tujuan analisis korelasi adalah untuk mencari bukti ada tidaknya hubungan (korelasi) antar variabel, sudah ada hubungan untuk melihat tingkat keeratan hubungan antar variabel, untuk memperoleh kejelasan dan kepastian apakah hubungan tersebut berarti (signifikan) atau tidak berarti (tidak signifikan).¹⁶

d. Koefisien determinasi (R²)

Dalam regresi linier berganda terdapat nilai koefisien determinasi. Koefisien determinasi (R²) dalam regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui berapa besar peran atau kontribusi dari beberapa variabel independt yang terdapat dalam persamaan regresi tersebut dalam menjelaskan nilai variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dari 0 sampai 1.¹⁷

¹⁶ V. Wiratma Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 116.

¹⁷ *Ibid.*, 92.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengujian Instrumen

Menurut Arikunto validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan suatu tingkatan atau kebenaran suatu instrument. Untuk melakukan pengujian instrumen dalam penelitian ini di gunakan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 21*.

Berikut adalah hasil pengujian validitas dan realibilitas dari instrument penelitian:

1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin di ukur.¹ Penelitian ini menggunakan 57 item pertanyaan untuk mengetahui pengaruh *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking* terhadap keouasan nasabah. Variabel *Automatic Teller Machine* terdiri dari 18 pertanyaan, variabel *Mobile Banking* terdiri dari 18 pertanyaan dan variabel kepuasan nasabah terdiri dari 21 pertanyaan.

Uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} maka item tersebut valid dan sebaliknya.

¹ Duwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis data dan cara mengolahnya dengan SPSS* (Yogyakarta: Gava Media, 2016), 143.

a. Hasil uji validitas instrument *Automatic Teller Machine* (X_1)**Tabel 4.1****Hasil Uji Validitas *Automatic Teller Machine***

Item	Corrected Item-Total	r-tabel	Keterangan
	Correlation (r-hitung)		
item_1	.204	0,361	Tidak Valid
item_2	.389	0,361	Valid
item_3	.369	0,361	Valid
item_4	.618	0,361	Valid
item_5	.690	0,361	Valid
item_6	.863	0,361	Valid
item_7	.744	0,361	Valid
item_8	.798	0,361	Valid
item_9	.683	0,361	Valid
item_10	.583	0,361	Valid
item_11	.617	0,361	Valid
item_12	.687	0,361	Valid
item_13	.608	0,361	Valid
item_14	.509	0,361	Valid
item_15	.247	0,361	Tidak Valid
item_16	.716	0,361	Valid
item_17	.509	0,361	Valid
item_18	-.377	0,361	Tidak Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Dari Tabel 4.1 apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid begitu sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid. Maka dapat disimpulkan bahwa ada tiga item yang dinyatakan tidak valid.

b. Hasil uji validitas instrument *Mobile Banking* (x_2)**Tabel 4.2****Hasil Uji Validitas *Mobile Banking***

Item	Corrected Item- Total Correlation (r-hitung)	r-Tabel	Keterangan
Item_19	.610	0,361.	Valid
Item_20	.847	0,361.	Valid
Item_21	.781	0,361.	Valid
Item_22	.747	0,361.	Valid
Item_23	.233	0,361.	Tidak Valid
Item_24	-.365	0,361.	Tidak Valid
Item_25	.476	0,361.	Valid
Item_26	.661	0,361.	Valid
Item_27	.727	0,361.	Valid
Item_28	.857	0,361.	Valid
Item_29	.833	0,361.	Valid
Item_30	.746	0,361.	Valid
Item_31	.791	0,361.	Valid
Item_32	.874	0,361.	Valid
Item_33	.326	0,361.	Tidak Valid
Item_34	.602	0,361.	Valid
Item_35	.783	0,361.	Valid
Item_36	.643	0,361.	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Dari Tabel 4.2 apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid begitu sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item dinyatakan valid. Maka dapat disimpulkan bahwa ada tiga item yang dinyatakan tidak valid.

c. Hasil uji validitas instrument kepuasan nasabah (Y)

Tabel 4.3**Hasil Vji Validitas Kepuasan Nasabah**

Item	Corrected Item- Total Correlation (r-Tabel)	r- Tabel	Keterangan
Item_37	.737	0,361.	Valid
Item_38	.790	0,361.	Valid
Item_39	.700	0,361.	Valid
Item_40	.534	0,361.	Valid
Item_41	.778	0,361.	Valid
Item_42	.830	0,361.	Valid
Item_43	.757	0,361.	Valid
Item_44	.620	0,361.	Valid
Item_45	.707	0,361.	Valid
Item_46	.575	0,361.	Valid
Item_47	.685	0,361.	Valid
Item_48	.681	0,361.	Valid
Item_49	.855	0,361.	Valid
Item_50	.843	0,361.	Valid
Item_51	.839	0,361.	Valid
Item_52	.743	0,361.	Valid
Item_53	.786	0,361.	Valid
Item_54	.725	0,361.	Valid
Item_55	.861	0,361.	Valid
Item_56	.645	0,361.	Valid
Item_57	.673	0,361.	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Dari Tabel 4.3 apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid begitu sebaliknya apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item

dinyatakan valid. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada item yang dinyatakan tidak valid.

2. Uji realibilitas

Pengujian realibilitas menyangkut ketetapan alat ukur. Suatu alat ukur yang mantap tidak berubah-ubah pengukurannya dan dapat diandalkan karena pengukuran alat ukur berkali-kali akan memberikan hasil serupa.²

Tabel 4.4

Hasil Uji Realibilitas

Realibility Variables	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Automatic Teller Machine</i>	.861	Reliabel
<i>Mobile Banking</i>	.903	Reliabel
Kepuasan Nasabah	.956	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Metode pengambilan keputusan untuk uji realibilitas menggunakan batasan 0,6. Berdasarkan Tabel 4.4 hasil uji realibilitas nilai *Alpha Cronbach* semua variabel diatas $> 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel kepuasan nasabah.

² Etta Mamang Sugadji dan Sopiah MM, *Metodologi Penelitian pendekatan praktis dalam penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 145.

B. Hasil Pengujian Deskripsi

1. Karakteristik responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang terdaftar dalam Bank BRI Syariah KC Madiun berjumlah 100 orang. Didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan berikut hasil dari masing-masing responden:

a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Data ini diperlukan untuk mengetahui jenis kelamin responden pada Bank BRI Syariah KC Madiun. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.5

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki_laki	30	30.0	30.0	30.0
Perempuan	70	70.0	70.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 30 sedangkan perempuan berjumlah 70. Jumlah nasabah perempuan lebih dominan daripada laki-laki.

b. Karakteristik berdasarkan usia

Tabel 4.6**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17_25	56	56.0	56.0	56.0
26_40	25	25.0	25.0	81.0
41_55	16	16.0	16.0	97.0
>55	2	2.0	2.0	99.0
5	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar usia nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun adalah 17-25 tahun.

c. Karakteristik berdasarkan pendidikan

Tabel 4.7**Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	3	3.0	3.0	3.0
SLTA	48	48.0	48.0	51.0
Diploma	4	4.0	4.0	55.0
Sarjana	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun adalah SLTA.

d. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.8

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	3	3.0	3.0	3.0
Wiraswasta	37	37.0	37.0	40.0
Petani	3	3.0	3.0	43.0
Pelajar	31	31.0	31.0	74.0
Lain_lain	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar pekerjaan nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun adalah wiraswasta.

2. Deskripsi variabel penelitian

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk mengetahui gambaran masing-masing variabel penelitian yang disajikan dengan statistic deskriptif. Berikut hasil dari pengolahan deskripsi variabel penelitian:

Tabel 4.9

Deskriptif Statistik

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
ATM	100	33.00	42.00	75.00	61.2900	6.54479	42.834
M_BANKING	100	32.00	43.00	75.00	60.1900	6.78039	45.974
KEPUASAN_NASABAH	100	42.00	63.00	105.00	84.3200	9.06529	82.179
Valid N (listwise)	100						

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Sebelum data yang diperoleh diolah lebih lanjut, dijabarkan terlebih dahulu untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KC Madiun. Data *Automatic Teller Machine* (X_1), *Mobile Banking* (X_2) dan kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan presentase masing-masing skor pada tiap pertanyaan sebagai berikut:

- a. Hasil skor kuesioner *Automatic Teller Machine* (X_1)

Tabel 4.10

Skor Kuesioner *Automatic Teller Machine* (X_1)

No. Item	SS	S	KS	TS	STS	Total
X1.1	28	61	10	1	0	100
X1.2	35	53	12	0	0	100
X1.3	30	49	17	4	0	100
X1.4	32	43	16	7	2	100
X1.5	40	45	9	5	1	100
X1.6	33	58	7	2	0	100
X1.7	24	46	24	6	0	100
X1.8	48	43	8	1	0	100
X1.9	25	67	8	0	0	100
X1.10	32	60	8	0	0	100
X1.11	36	62	2	0	0	100
X1.12	22	53	23	2	0	100
X1.13	18	56	21	5	0	100
X1.14	25	53	16	6	0	100
X1.15	21	39	29	10	1	100

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.10 menjelaskan tanggapan responden mengenai kuesioner pada tiap item pertanyaan variabel *Automatic Teller Machine*. Pada setiap item pertanyaan dapat dijelaskan jumlah responden yang menanggapi sesuai kategori yang telah disediakan. Misalnya pada item X1.1 jumlah responden yang memilih sangat setuju berjumlah 28

responden, yang memilih setuju berjumlah 61 responden, yang memilih kurang setuju berjumlah 10 responden, yang memilih tidak setuju berjumlah 1 responden dan yang memilih sangat tidak setuju 0 responden, begitu seterusnya.

b. Hasil skor kuesioner *Mobile Banking* (X_2)

Tabel 4.11

Skor Kuesioner *Mobile Banking* (X_2)

No. Item	SS	S	KS	TS	STS	Total
X2.1	37	53	10	0	0	100
X2.2	22	55	22	1	0	100
X2.3	29	60	10	1	0	100
X2.4	28	58	13	1	0	100
X2.5	22	67	10	1	0	100
X2.6	17	54	26	3	0	100
X2.7	26	64	10	0	0	100
X2.8	28	67	5	0	0	100
X2.9	23	64	13	0	0	100
X2.10	25	65	10	0	0	100
X2.11	15	49	26	10	0	100
X2.12	18	45	31	6	0	100
X2.13	19	41	34	6	0	100
X2.14	23	49	23	5	0	100
X2.15	24	54	18	4	0	100

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.11 menjelaskan tanggapan responden mengenai kuesioner pada tiap item pertanyaan variabel *Mobile Banking*. Pada setiap item pertanyaan dapat dijelaskan jumlah responden yang menanggapi sesuai kategori yang telah disediakan. Misalnya pada item X2.1 jumlah responden yang memilih sangat setuju berjumlah 37 responden, yang memilih setuju berjumlah 53 responden, yang memilih kurang setuju berjumlah 10 responden, yang memilih tidak setuju berjumlah 0

responden dan yang memilih sangat tidak setuju 0 responden, begitu seterusnya.

c. Hasil skor kuesioner kepuasan nasabah (Y)

Tabel 4.12

Skor Kuesioner Kepuasan Nasabah (Y)

No. Item	SS	S	KS	TS	STS	Total
Y1	23	64	10	3	0	100
Y2	21	71	8	0	0	100
Y3	18	57	23	2	0	100
Y4	18	64	15	2	1	100
Y5	19	67	11	3	0	100
Y6	20	63	15	2	0	100
Y7	19	65	14	2	0	100
Y8	17	46	28	9	0	100
Y9	19	43	32	5	1	100
Y10	21	63	10	5	1	100
Y11	17	63	15	4	1	100
Y12	18	51	14	13	4	100
Y13	25	68	7	0	0	100
Y14	22	66	11	1	0	100
Y15	30	63	6	1	0	100
Y16	20	70	9	1	0	100
Y17	26	65	5	3	1	100
Y18	24	65	10	1	0	100
Y19	27	66	7	0	0	100
Y20	22	65	10	2	1	100
Y21	27	61	11	1	0	100

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 21

Tabel 4.12 menjelaskan tanggapan responden mengenai kuesioner pada tiap item pertanyaan variabel kepuasan nasabah. Pada setiap item pertanyaan dapat dijelaskan jumlah responden yang menanggapi sesuai kategori yang telah disediakan. Misalnya pada item Y1 jumlah responden yang memilih sangat setuju berjumlah 23 responden, yang

memilih setuju berjumlah 64 responden, yang memilih kurang setuju berjumlah 10 responden, yang memilih tidak setuju berjumlah 3 responden dan yang memilih sangat tidak setuju 0 responden, begitu seterusnya.

C. Hasil pengujian Hipotesis

1. Pengujian asumsi klasik

Asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji auto kolerasi dan heteroskedastisitas. Berikut ini paparan masing-masing variabel penelitian:

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal.³ Uji asumsi normalitas menggunakan uji *Kolmogorof Smirnov* jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka distribusi dinyatakan normal.⁴ Berikut hasil dari perhitungan uji normalitas:

³Tony Wijaya, *Analisis data Penelitian menggunakan Spss* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), 109-113.

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 192.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.83440750
	Absolute	.089
Most Extreme Differences	Positive	.089
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.894
Asymp. Sig. (2-tailed)		.401

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Output diata menunjukkan besarnya nilai signifikan *Asimp sig* sbesar 0,401 lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan residual berdistribusi normal.

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).⁵

Multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance apabila ≤ 10 maka terjadi multikolinieritas dan apabila \geq maka tidak terjadi multikolinieritas, juga dapat dilihat dari nilai VIP apabila $VIP \leq 10$

⁵Tony Wijaya, *Analisis data Penelitian menggunakan Spss*, 121.

maka terjadi multikolinieritas dan apabila \geq maka tidak terjadi multikolinieritas.⁶

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	18.019	6.316		2.853	.005		
1 ATM(X1)	.185	.118	.131	1.572	.119	.634	1.577
M_BANKI NG(X2)	.912	.114	.668	7.999	.000	.634	1.577

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

Berdasarkan output di atas diketahui nilai beta untuk variabel *Automatic Teller Machine* $0,131 < 1$ dan variabel *Mobile Banking* $0,668 < 1$ berarti tidak terjadi multikolinieritas. Nilai *Tolerance* $0,634 > 0,1$ berarti tidak terjadi multikolinieritas dan nilai *VIF* $1,577 < 10$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.⁷

⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas diponegoro, 2016), 104.

⁷ Tony Wijaya, *Analisis data Penelitian menggunakan Spss* 125-126.

Uji untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glejser dengan meregresikan absolute residual dengan variabel independen. Berdasarkan hasil analisis apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸

Tabel 4.15

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	5.553	4.065		
1 ATM(X1)	.059	.076	.100	.785	.434
M_BANKING(X2)	-.079	.073	-.137	-1.077	.284

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan Tabel 4.15 untuk variabel *Automatic teller Machine* diperoleh nilai $\text{sig} = 0,434 > 0,05$ dan variabel *Mobile Banking* diperoleh nilai $\text{sig} = 0,284 > 0,05$. Hal ini berarti variansi identik dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji autokolerasi

Persamaan regresi linier berganda yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Cara mendeteksinya adalah dengan metode Durbin Watson, uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan

⁸ V. Wiratman Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, 191.

mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi dalam variabel bebas.⁹ Hipotesis yang akan diuji yaitu:

H0 : tidak ada autokorelasi

H1 : ada autokorelasi

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:¹⁰

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < dw < dl$
Tidak ada autokorelasi negative	No decision	$dl \leq dw \leq du$
Tidak ada korelasi positif	Tolak	$(4-dl) < dw - 4$
Tidak ada korelasi negatif	No decision	$(4-du) \leq d \leq (4-dl)$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$du < dw < (4-du)$

Berdasarkan criteria di atas selanjutnya dapat dilihat hasil pengujian autokorelasi pada Tabel berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.755 ^a	.570	.562	5.894	2.003

a. Predictors: (Constant), M_BANKING(X2), ATM(X1)

b. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

⁹ Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, 121-122.

¹⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 138.

Dari Tabel 4.16 di atas dapat diketahui besar nilai Durbin Watson (dw) 2,003 dibandingkan dengan nilai dw Tabel di Tabel dw (k, n) jadi (2,100) untuk jumlah responden 100 dengan variabel independent 2 diperoleh nilai du sebesar 1,6943 dan nilai dl sebesar 1,6540 yang memenuhi kriteria $du < dw < (4 - du)$ (tidak ada autokorelasi). yang dapat dituliskan $1,6943 < 2,003 < 2,3057$.

2. Hasil uji hipotesis

a. Analisis regresi linier berganda

1) Pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah

Tabel 4.17

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier sederhana (X_1)Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.536 ^a	.287	.280	7.555	1.725

a. Predictors: (Constant), ATM(X_1)

b. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas dapat dilihat bahwa:

- Nilai R dalam regresi linier sederhana menunjukkan besarnya korelasi variabel. Tabel di atas menunjukkan hubungan antara *Automatic Teller Machine* dengan kepuasan nasabah sebesar 0,536 atau 53,6% dan hubungan ini dapat dikategorikan cukup kuat.

- Nilai R Square sebesar 0,287 berarti peran atau kontribusi *Automatic Teller Machine* mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 28,7%

Tabel 4.18

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier sederhana (X₁)Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	38.226	7.419		5.153	.000
ATM(X ₁)	.754	.120	.536	6.281	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

Berdasarkan Tabel 4.18 diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 38,226 + 0,754 X_1 + \text{error}$$

Hasil persamaan Regresi di atas memberikan pengertian bahwa:

- Nilai konstanta 38,226 dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel *Automatic Teller Machine* maka besarnya kepuasan nasabah adalah 38,226.
- Koefisien regresi sebesar 0,754 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 variabel *Automatic Teller Machine* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,754.

Selain menggunakan analisis regresi sederhana perlu diuji menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk membuktikan adanya

pengaruh yang signifikan antara *Automatic Teller Machine* dan kepuasan nasabah secara parsial. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf sig 0,05 (5%) dengan kriteria apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Nilai t_{hitung} dapat dilihat dari Tabel 4.18 sebesar 6,281. Adapun t_{tabel} dapat dicari melalui rumus:

$$\begin{aligned}
 t_{Tabel} &= t(\alpha/2;n-k-1) \\
 &= t(0,05/2;100-1-1) \\
 &= t(0,025;98) \\
 &= 1,984
 \end{aligned}$$

Dilihat berdasar hasil pengujian lingkungan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,281 > 1,984$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan kriteria tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya *Automatic Teller Machine* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis pertama dapat diterima.

2) Pengaruh *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah

Tabel 4.19

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier sederhana (X_2)Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.748 ^a	.559	.555	5.938	1.998

a. Predictors: (Constant), M_BANKING(X2)

b. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas dapat dilihat bahwa:

- Nilai R dalam regresi linier sederhana menunjukkan besarnya korelasi variabel. Tabel di atas menunjukkan hubungan antara *M-Banking* dengan kepuasan nasabah sebesar 0,748 atau 74,8% yang hubungan ini dapat dikategorikan cukup kuat.
- Nilai R Square sebesar 0,559 berarti peran atau kontribusi variabel motivasi mampu menjelaskan variabel kinerja karyawan sebesar 55,9 %

Tabel 4.20

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier sederhana (X₂)Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.827	5.567		4.100	.000
1 M_BANKING (X ₂)	1.020	.091	.748	11.156	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

Berdasarkan Tabel 4.20 diatas dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 22,827 + 1,020 X_2 + \text{error}$$

Hasil persamaan Regresi di atas memberikan pengertian bahwa:

- Nilai konstanta 22,827 dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel *M-Banking* maka besarnya kepuasan nasabah adalah 22,827.
- Koefisien regresi sebesar 1,020 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 variabel *M-Banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 1,020.

Selain menggunakan analisis regresi sederhana perlu diuji menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara *M-Banking* dan kepuasan nasabah secara parsial. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{Tabel} pada taraf sig 0,05 (5%) dengan kriteria apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak. Nilai t_{hitung} dapat dilihat dari Tabel 4.20 sebesar 11,156. Dilihat berdasar hasil pengujian lingkungan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ($11,156 > 1,984$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan kriteria tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya *M-Banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis kedua dapat diterima.

b. Hasil uji regresi linier berganda

Tabel 4.21
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.755 ^a	.570	.562	5.894	2.003

a. Predictors: (Constant), M_BANKING(X2), ATM(X1)

b. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

- Nilai R menunjukkan nilai korelasi yang menunjukkan hubungan variabel ATM dan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,755 yang artinya hubungannya kuat.
- Nilai R Square dalam regresi berganda menunjukkan besarnya pengaruh ATM dan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,570 atau 57,0%.

Tabel 4.22
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4474.369	2	2237.185	64.394	.000 ^b
	Residual	3369.991	97	34.742		
	Total	7844.360	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

b. Predictors: (Constant), M_BANKING(X2), ATM(X1)

Untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_3 diterima artinya variabel bebas secara serentak

berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat dan membandingkan nilai sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan ($\text{sig} < 0,05$), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari Tabel 4.22 di atas sebesar 64,394. Sedangkan F_{tabel} dapat dicari menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} F_{\text{Tabel}} &= F(\alpha)(p;n-p-1) \\ &= F(0,05)(2;100-2-1) \\ &= F(0,05)(2;97) \\ &= 3,94 \end{aligned}$$

Dilihat dari hasil pengujian terlihat nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($64,394 > 3,94$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan kriteria, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, *Automatic Teller Machine* dan *M-Banking* berpengaruh simultan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

Tabel 4.23

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.019	6.316		2.853	.005
ATM(X1)	.185	.118	.131	1.572	.119

M_BANKING(X2)	.912	.114	.668	7.999	.000
-------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: KEPUASAN_NASABAH(Y)

Dari Tabel 4.26 diatas dapat diketahui persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 18,019 + 0,185 X_1 + 0,912 X_2 + \text{error}$$

Berdasarkan persamaan yang dapat diketahui bahwa:

- Konstanta 18,019 menyatakan bahwa variabel independen dianggap konstan, maka besaran rata-rata kepuasan nasabah adalah 18,019.
- Koefisien regresi (nilai B) variabel ATM (X_1) bertanda positif (+0,185), menunjukkan bahwa variabel ATM mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel kepuasan nasabah, artinya semakin baik fasilitas ATM, maka semakin baik pula kepuasan nasabah dan sebaliknya.
- Koefisien regresi (nilai B) variabel *M-Banking* (X_2) bertanda positif (+0,912), menunjukkan bahwa variabel *M-Banking* mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel kepuasan nasabah, artinya semakin tinggi fasilitas *M-Banking*, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabahn dan sebaliknya.

D. Pembahasan

Dari hasil analisis maka pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* (X_1) secara parsial menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y), artinya jika semakin baik fasilitas *Automatic Teller Machine* maka semakin baik pula kepuasan dari nasabah, dan sebaliknya semakin buruk fasilitas *Automatic Teller Machine* maka semakin buruk pula kepuasan dari nasabah. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang telah diolah dengan SPSS 21 menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,281 > 1,984$ atau $sig\ 0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,287 berarti peran atau kontribusi variabel fasilitas *Automatic Teller Machine* mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 28,7%. Berdasarkan kriteria tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fasilitas *Automatic Teller Machine* merupakan suatu elemen penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, hal ini karena fasilitas *Automatic Teller Machine* yang nyaman dan baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin baik fasilitas *Automatic Teller Machine*, semakin baik juga kepuasan nasabah dan sebaliknya semakin buruk

fasilitas *Automatic Teller Machine* semakin buruk juga kepuasan nasabahnya.

2. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *M-Banking* (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y), artinya jika semakin baik fasilitas *M-Banking* maka semakin baik pula kepuasan dari nasabah tersebut, dan sebaliknya semakin buruk fasilitas *M-Banking* maka semakin buruk pula kepuasan dari nasabah. Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang telah diolah dengan SPSS 21 menunjukkan bahwa variabel *M-Banking* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,156 > 1,984$ atau $sig\ 0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,559 berarti peran atau kontribusi variabel fasilitas *M-Banking* mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 55,9%. Berdasarkan kriteria tersebut maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa fasilitas *M-Banking* merupakan suatu elemen penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. hal ini karena apabila fasilitas *M-Banking* yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin baik fasilitas *M-Banking* semakin baik juga kepuasan nasabah dan sebaliknya semakin rendah/buruk fasilitas *M-Banking* semakin buruk juga kepuasan nasabahnya.

3. Pengaruh *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* dan *M-Banking* (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) dapat dilihat pada uji F. Nilai F_{hitung} sebesar 64,394 sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,570 sehingga variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 57,0% dan sisanya 43,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Dari pembahasan di atas dapat diketahui bahwa hasil penelitian penulis menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* dan *M-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jika fasilitas *Automatic Teller Machine* baik maka kepuasan nasabah juga akan baik dan sebaliknya jika fasilitas *Automatic Teller Machine* buruk maka kepuasan nasabah juga akan buruk. Jika fasilitas *M-Banking* baik maka kepuasan nasabah juga akan baik dan sebaliknya apabila fasilitas *M-Banking* baik buruk maka kepuasan nasabah juga akan buruk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis antara variabel *Automatic Teller Machine* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y), menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Automatic Teller Machine* (X1) dan kepuasan nasabah (Y). Hal ini diperoleh dari hasil penelitian menggunakan SPSS 21 menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,281 > 1,984$ atau $sig\ 0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,287 berarti peran atau kontribusi variabel fasilitas *Automatic Teller Machine* mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 28,7%.
2. Berdasarkan hasil analisis antara variabel *M-Banking* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y), menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *M-Banking* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini diperoleh dari hasil penelitian menggunakan SPSS 21 menunjukkan bahwa variabel *M-Banking* memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,156 > 1,984$ atau $sig\ 0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,559 berarti peran atau kontribusi variabel fasilitas *M-Banking* mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 55,9%.

3. Berdasarkan hasil analisis antara variabel *Automatic Teller Machine* (X1) dan *M-Banking* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y), menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *Automatic Teller Machine* dan *M-Banking* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah dengan persamaan regresi $Y = 18,019 + 0,185 X_1 + 0,912 X_2 + \text{error}$ dan hasil analisisnya menunjukkan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ sebesar $(64,394 > 3,94)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Besarnya pengaruh *Automatic Teller Machine* (X1) dan *M-Banking* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah 57,0%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini diberikan beberapa saran untuk yang mungkin berguna untuk pihak-pihak yang berkepentingan:

1. Bagi Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun

Agar kepuasan nasabah lebih meningkat, maka perusahaan harus memperhatikan kebutuhan nasabah dan fasilitas dari atribut perbankan karena nasabah merupakan salah satu bagian terpenting untuk kemajuan dan keberhasilan perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan fasilitas *Automatic Teller Machine* dan *M-banking*, memperbanyak lokasi *Automatic Teller Machine* guna mempermudah nasabah melakukan transaksi dan memperbaiki layanan *M-banking* sehingga tidak mengalami kemacetan dalam transaksi, karena berdasarkan penelitian faktor tersebut sangat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI Syariah kantor cabang Madiun

2. Bagi penelitian selanjutnya

- a. Penelitian dimasa yang akan datang sebaiknya memperluas variabel dan pengukuran variabel penelitian sehingga kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah kantor cabang Madiun bisa lebih meningkat.
- b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam tentang *Automatic Teller Machine* dan *M-banking* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah kantor cabang Madiun agar diperoleh gambaran yang lebih lengkap lagi, sehingga diharapkan hasil penelitian yang akan datang lebih baik dari penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Dhewanto, Wawan, dkk. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Makro*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Ifham, Ahmad. *Ini Lho Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015.

Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.

------. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Irwan, *Indonesia Customer Satisfaction*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2011.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Wali Pers, 2012.

Madyani, Dewi, dkk. *Marketing To The Middle Class Muslim*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif analisis isi dan analisis data sekunder*. Depok: Rajagrafindo Persada, 2012.

Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Organisasi Group & layanan dan kebijakan umum operasi BRI Syariah.
Diarsipkan Oleh: Group Operasi dan Layanan BRISyariah, 2012

Organisasi Operasional Cabang dan Tabungan. Diarsipkan oleh: Group Operasi dan Layanan, 2015

Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2002.

Wijaya, Tony. *Analisis data Penelitian menggunakan Spss*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009.

Yahya, Rizal, dkk. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2016.

Yusmad, Muammar Arafat. *Aspek Hukum Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.

Yuwono, Soni, dkk. *Petunjuk Praktis Penyusunan Balanced Scorecard*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Zulkifli, Sunarto. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2003.

Skripsi

Kirmono Putra, Tofan. *Penggunaan Kualitas Layanan ATM dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah Yogyakarta*. Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Rijeki Sabiyatunnadhif, Ana. *Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Tulungagung*. Skripsi: IAIN Tulungagung, 2016.

Yuliansah, Yugi. *Analisis Pengaruh Fasilitas Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah BRI Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta*. Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.

Internet

BRISyariah, “Sejarah Singkat BRISyariah”.

<http://www.BRISyariah.co.id/profil.html> (diakses pada tanggal 10 Oktober 2018, jam 11.30).

<http://www.brisyariah.co.id/detailProduk.php?url=1&f=mobilebanking>.

diakses pada tanggal 26 Februari 2019, jam 21.12.