

**PENGARUH LAYANAN *INTERNET BANKING, MOBILE
BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM)*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BRI SYARIAH KCP
MAGETAN**

SKRIPSI



Oleh:

In Lailiah

NIM 210816112

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2021**

ABSTRAK

Lailiah, Iin. Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan. *Skripsi*, 2021. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Aji Damanuri, M.E.I.

Kata Kunci : Kinerja, Jasa, Elektronik, dan e-banking.

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja tidak sesuai harapan maka hasilnya adalah kecewa, dan sebaliknya bila kinerja sesuai harapannya maka hasilnya adalah puas. Namun teori tersebut bertentangan dengan kenyataan yang ada, di mana hasil wawancara dengan nasabah mengatakan bahwa layanan internet banking, mobile banking, masih rendah dan belum sesuai dengan harapannya, namun nasabah tetap merasa puas dan menggunakan kembali layanan tersebut. Dan nasabah juga mengatakan bahwa layanan ATM saat ini sudah baik dan sudah sesuai dengan harapannya, namun ia merasa tidak puas karena layanan ATM Bri syariah terbatas. Berdasarkan masalah tersebut penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh layanan internet banking, mobile banking dan ATM terhadap kepuasan nasabah di bank BRI Syariah KCP Magetan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan internet banking, mobile banking, dan ATM BRI Syariah KCP Ponorogo yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling aksidental dengan 97 responden sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda.

Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel layanan internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank BRI Syariah KCP Magetan. Variabel layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank BRI Syariah KCP Magetan. Variabel layanan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank BRI Syariah KCP Magetan. Serta variabel layanan internet banking, mobile banking, dan ATM berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di bank BRI Syariah KCP Magetan. Hasil ini menunjukkan bahwa bank BRI Syariah KCP Magetan dapat terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dalam bertransaksi agar nasabah tetap percaya akan keunggulan layanan yang berdampak pada kepuasan nasabah.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

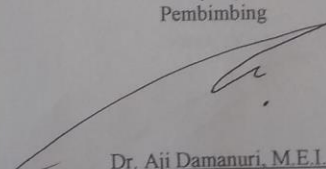
NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Iin Lailiah	210816112	Perbankan Syariah	Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Syariah Kcp Magetan

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian Munaqasah.

Ponorogo, 30 Agustus 2021

Mengetahui,
Kajur/Kaprodi

Dr. AMIN WAHYUDI, M.E.I.
NIP. 197502072009011007

Menyetujui,
Pembimbing

Dr. Aji Damanuri, M.E.I.
NIP. 197506022002121003



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 *Internet banking*, *mobile banking*, dan *automatic teller machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah bank BRI Syariah KCP Magetan
Nama : Iin Lailiah
NIM : 210816112
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. Hj. Ely Masykuroh, M.SI.

NIP 197202111999032003

Penguji I

Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.

NIP 197801122006041002

Penguji II

Dr. Aji Damanuri, M.E.I.

NIP 197506022002121003

(.....)

(.....)

(.....)

Ponorogo, 12 September 2021

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



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

NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :lin Lailiah

NIM :210816112

Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam

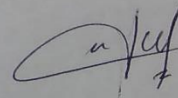
Jurusan :Perbankan Syariah

Judul :Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Syariah Kcp Magetan.

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

Demikian pernyataan saya untuk dapat digunakan semestinya.

Ponorogo, 28 September 2021



Lin Lailiah

210816112



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Iin Lailiah

NIM : 210816112

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH LAYANAN INTERNET BANKING, MOBILE BANKING, DAN
AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK BRI SYARIAH KCP MAGETAN**

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

Ponorogo, 25 Agustus 2021
Pembuat Pernyataan,



Iin Lailiah
NIM: 210816112

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki era globalisasi dan informasi sekarang ini yang merupakan era persaingan bebas, bank bersaing untuk dapat menarik minat dari nasabah dan calon nasabah untuk menggunakan layanan jasa yang diberikan. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan semakin berlomba menawarkan pelayanan yang terbaik yang akan menguasai pasar dan memberikan kepuasan kepada nasabah. Kepuasan nasabah haruslah menjadi tujuan utama dari semua perusahaan, dikarenakan baik menurut teori serta penelitian empiris mengaitkan hubungan antara kinerja bisnis perusahaan dengan kepuasan dari konsumen.

Kepuasan nasabah penting untuk membangun citra dalam benak nasabah. Mengingat bahwa nasabah yang merasa puas, akan selalu memberikan komentar yang baik tentang Bank dan cenderung akan setia lebih lama pada Bank.¹ Kepuasan nasabah sangat penting karena merupakan suatu profit strategy bagi Bank untuk memikat lebih banyak nasabah baru, mempertahankan nasabah yang sudah ada, dan menghindari berpindahnyanya nasabah. jika kepuasan nasabahnya bagus maka

¹ Tetty Yuliaty, "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Aksara," *Journal Of Business And Banking*, Volume 1, Nomor 1, (2011), 61.

Bank akan mendapatkan kepercayaan, keuntungan dan citra yang baik. Dan begitupun sebaliknya.²

Kualitas jasa dari perbankan berhubungan erat dengan tingkat profitabilitas yang dihasilkan. Semakin tinggi tingkat kepuasan dari nasabah maka akan meningkatkan profitabilitas dari bank tersebut.³ karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan perbankan menempatkan masalah kepuasan terhadap nasabah melalui pelayanan sebagai salah satu komitmen bisnis. Jika pelayanan yang diberikan nasabah itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap Bank, sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap Bank.⁴

Dengan semakin kuatnya ekuitas merek dan layanan suatu produk, maka konsumen akan merasa puas dan semakin kuat pula daya tariknya di mata konsumen untuk menggunakan layanan tersebut, yang selanjutnya akan membawa konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang karena merasa puas dan akhirnya mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (bank).⁵ Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat

² Untung Sriwidodo, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Volume 10, Nomor 2, (2010), 165.

³ Alfonssius R. Paju, "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Di Denpasar," *Tesis* (Surabaya: Stie Perbanas, 2011), 61.

⁴ Elisabeth R. Simamora, "Analisis Faktor – Faktor Yang Membangun Kepuasan Nasabah Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan," *Tesis* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2007), 1.

⁵ Tetty Yuliaty, "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Aksara," *Journal Of Business And Banking*, Volume 1, Nomor 1, (2011), 120.

penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dan kepuasan dari nasabah.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen sesuai dengan harapannya dan perbandingan dengan kinerja yang dialami. Kepuasan nasabah antara lain ditentukan oleh kualitas layanan, servicescape, dan kepercayaan yang diperoleh nasabah, sehingga jaminan kualitas, lingkungan fisik atau servicescape dan kepercayaan menjadi penting untuk diperhatikan karena jika nasabah merasa puas nasabah tidak akan pindah ke bank lain.⁶

Kepuasan merupakan faktor penting dalam keberlangsungan dari suatu lembaga. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Dalam perbankan, nasabah dikatakan puas apabila mereka tidak meninggalkan perbankan tersebut dan merasa segala urusannya terlayani serta akan terus menerus menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan secara berulang-ulang. Banyak manfaat timbal balik yang dapat diperoleh dari perbankan apabila para anggotanya (nasabah) merasa puas dengan seluruh layanan yang diberikan oleh perbankan. Salah satu dari berbagai manfaat tersebut yaitu secara tidak langsung nasabah tersebut membantu lembaga dalam mempromosikan lembaga perbankan yang bersangkutan.⁷

⁶ Stefhanie Sahanggamu, Lisbeth Mananeke, & Jantje Sepang, "Analisis Kualitas Layanan, Servicescape Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Bitung," *Jurnal Emba*, Volume 3, Nomor 1, (2015), 1085.

⁷ Herry Sutanto, Dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 39.

Nasabah memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan bank. Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan nasabah berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya, respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antar harapan sebelumnya dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah menggunakannya. Jadi, kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.⁸

Kurniati karim, menyatakan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas. Jika kinerja melebihi harapan nasabah sangat puas.⁹ Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pelayanan sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Apabila penampilan kurang dari harapan, maka pelanggan tidak dipuaskan, dan apabila penampilan melebihi harapan pelanggan akan sangat puas dan senang.

Sedangkan Kotler dan Keller, menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap

⁸ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 7.

⁹ Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* (Surabaya:Cv.Jakad Publishing, 2020), 31-32.

ekspektasi mereka.¹⁰ Setelah menggunakan produk layanan tersebut, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari.¹¹ Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.¹²

Selanjutnya, Freddy Rangkuti¹³ menyatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu kualitas layanan (service quality), kualitas produk (product quality), harga (price), faktor situasi (situational factor), dan faktor pribadi (personal factor). Sedangkan, Lupiyoadi¹⁴ menyebutkan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kualitas layanan, kualitas produk, emosional, harga, dan biaya.

Menurut Kotler, layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. layanan merupakan perilaku produsen

¹⁰ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

¹¹ Etta Mamang Sangadji Dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181.

¹² Ibid., 182.

¹³ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 8.

¹⁴ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 233.

dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler, juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum, dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya layanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan pembelian ulang yang lebih sering serta kepuasan yang tinggi.¹⁵ Jadi kesimpulannya kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. layanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Perkembangan perbankan saat ini memberikan dan menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang sangat beragam, dalam layanan *e-banking (electronic banking)* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Layanan e-banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC)/ Point Of Sales (POS)*, *internet banking*, *SMS banking*, *mobile banking*, *e-commerce*, *phone banking*, dan *video banking*.¹⁶

¹⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian* (Jakarta : Salemba Empat, 2002), 83.

¹⁶ Nelson Tampubolon Dkk, *Bijak Ber-Electronic Banking* (Jakarta: Ojk, 2015), 5.

Bank BRI Syariah merupakan salah satu unit usaha syariah yang memberikan fasilitas layanan *e-banking* yaitu *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM*.¹⁷ Aplikasi yang berfungsi untuk memberikan kemudahan transaksi layanan perbankan melalui smartphone dengan cara yang aman, cepat dan mudah serta dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja sehingga tidak perlu datang langsung ke bank. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi dalam bentuk *E-Banking* (*Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM*) sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.¹⁸

Dalam menggunakan fasilitas layanan *E-Banking* tersebut tidak hanya layanannya yang diperbaiki tetapi harus ada motivasi dan tambahan mitra kerja agar nasabah dalam menggunakan *E-Banking* merasa puas dan nyaman. Jika pelayanan yang diberikan nasabah itu baik dan memuaskan maka akan mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja usaha, sebaliknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah kurang memuaskan maka akan berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha, Karena kepuasan nasabah sangat penting untuk perkembangan suatu perusahaan.¹⁹

¹⁷ <https://ibank.brisyariah.co.id>, Di Akses Pada 24 Februari 2021

¹⁸ Veithzal Rivai dan Rifki Ismal, *Islamic Risk Management For Islamic Bank* (Jakarta:Pt. Gramedia, 2013) , 361.

¹⁹ Elisabeth R. Simamora, "Analisis Faktor – Faktor Yang Membangun Kepuasan Nasabah Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan," *Tesis* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2007), 1.

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. Kotler dan Keller, mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas layanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.²⁰ Sehingga telah banyak pelaku ekonomi atau masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan yang modern, efektif, dan efisien melalui e-banking.

Sedangkan Freddy Rangkuti, mengatakan bahwa tidak ada gunanya produk yang berkualitas jika tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang luar biasa. Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh layanan yang baik. Sebaliknya, layanan yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas yang sesuai dengan harapan nasabah. Apabila kinerja tidak sesuai harapan, maka hasilnya adalah kecewa. Dan sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapannya, maka hasilnya adalah puas.²¹ Jika layanan *internet banking* sesuai harapan maka tingkat kepuasan nasabah tinggi, selanjutnya Jika layanan *mobile banking* sesuai harapan maka tingkat kepuasan nasabah tinggi, dan jika layanan *automatic teller machine/ATM* sesuai harapan maka tingkat kepuasan nasabah juga akan tinggi.

Hasil wawancara dengan nasabah pengguna layanan *internet banking* dan *mobile banking* BRI Syariah KCP Magetan yang bernama Safitri Hayuningtyas mengatakan bahwa kualitas layanan *internet banking* dan *mobile banking* masih

²⁰Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 144.

²¹Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 8.

lebih rendah karena layanan tersebut ketika diakses sering *error* dan tidak bisa diakses, Namun meskipun layanan *internet banking* dan *mobile banking* yang diterima terlalu rendah dan belum sesuai dengan harapannya, ia mengaku merasa puas dan menggunakan kembali layanan *internet banking* dan *mobile banking* karena cek saldo mudah.²²

Selanjutnya Hasil wawancara dengan nasabah pengguna layanan ATM BRI Syariah KCP Magetan yang bernama Rahma Ayu mengatakan bahwa layanan ATM BRI Syariah Kcp Magetan memang sudah sangat baik dan sesuai harapannya, Namun ia mengaku merasa tidak puas karena Layanan kantor bank Bri syariah atau layanan ATM tidak sebanyak bank konvensional. Selain itu karena kurangnya layanan ATM berdampak pada susah nya pengurusan jika mengalami masalah layanan mengenai kegiatan perbankan seperti masalah ATM terblokir atau gagal melakukan transaksi.²³

layanan teknologi *e-banking* yang diberikan oleh bank kepada nasabah dapat meningkatkan kepuasan nasabah di bank tersebut. Seberapa besar kepuasan nasabah merasa puas terhadap layanan yang telah diberikan yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi nasabah. Hal ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Choirul Hadi Nawawi, yaitu Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Kediri, yang hasil penelitiannya

²² Safitri hayuningtyas, *Wawancara*, 10 September 2021.

²³ Rahma Ayu, *Wawancara*, 10 September 2021.

mengatakan bahwa Layanan Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.²⁴

Kemudian penelitian yang di lakukan oleh Ana Rijeki Sabiyatunnadhif, yaitu Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia KC Tulungagung dalam penelitiannya mengatakan bahwa Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine/ATM secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KC Tulungagung.²⁵

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, “Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini diuraikan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah layanan *internet banking* berpengaruh terhadap tingkat

²⁴ Choirul Hadi Nawawi, ”Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kc Kediri,” *Skripsi* (Kediri:IAIN Tulungagung, 2019), 89.

²⁵ Ana Rijeki Sabiyatunnadhif, “Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kc Tulungagung,”*Skripsi* (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2016), 118.

kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Magetan?

2. Apakah layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Magetan?
3. Apakah layanan ATM berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Magetan?
4. Apakah layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan *Autoamtic Teller Machine/ATM* berpengaruh secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Magetan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan *internet banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Magetan.
2. Untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Magetan.
3. Untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan ATM terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Magetan.
4. Untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Magetan.

D. Manfaat penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan manajerial antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai salah satu media untuk menambah wawasan, mengembangkan pengetahuan, informasi atau masukan terhadap penelitian selanjutnya dan sebagai salah satu media untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh dalam perbankan syariah. Dan juga Sebagai bahan masukan bagi sektor perbankan agar dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk dapat mengetahui kondisi tingkat perkembangan bank-bank yang diteliti.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank Syariah, dapat dijadikan cataan untuk koreksi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas kinerjanya, sekaligus memperbaiki apabila ada kekurangan dan kelemahannya .Bagi BRI Syariah KCP Magetan, penelitian ini dapat digunakan sebagaimasukan dalam menentukan strategi maupun hal-hal yang mendukung bank ke arah kemajuan.
- b. Bagi Bank Konvensional, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pacuan atau pertimbangan agar lebih baik lagi dalam perkembangannya.

E. Sistematika pembahasan

Dalam skripsi ini, untuk memperoleh pembahasan dan pemahaman, penulis membuat sistematika pembahasan menjadi V (lima) bab, yang mana antara bab satu dengan bab lainnya mempunyai hubungan yang erat dan berkaitan, serta merupakan satu kesatuan utuh yang tidak bisa dipisahkan. Dengan demikian maka akan tampak adanya suatu sistematika yang teratur antar bab .

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab pendahuluan ini membahas beberapa unsur yang terdiri dari: a) latar belakang masalah, b) identifikasi dan pembatasan masalah, c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e) manfaat penelitian, f) sistematika pembahasan. Bab ini mempunyai fungsi memberikan arah yang jelas pada penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan berbagai teori, konsep dan anggapan dasar tentang teori dari variabel-variabel penelitian. Dalam bab ini terdiri dari: a) deskripsi teori, b) studi penelitian terdahulu, c) kerangka pemikiran, d) hipotesis. Bab ini berfungsi sebagai penjelas teori-teori yang akan diuji.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat uraian rancangan penelitian yang terdiri dari: a) rancangan penelitian, b) variabel penelitian dan definisi operasional, c) populasi dan sampel, d) jenis data dan sumber data, e) metode pengumpulan data, f) instrument penelitian, g) validitas dan reliabilitas instrument, h) teknik pengolahan data dan analisis data. Bab ini berfungsi sebagai penjelas tentang prosedur penelitian, mulai dari pengumpulan data sampai analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari: a) gambaran umum obyek penelitian, b) hasil pengujian instrument (validitas dan reliabilitas), c) hasil pengujian deskripsi, d) hasil pengujian hipotesis, e) pembahasan. Bab ini berfungsi sebagai penguji teori dengan data yang diambil sekaligus pembuktian atas teori-teori yang telah dipaparkan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan memuat kesimpulan, implikasi penelitian, dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan yang dilanjutkan dengan bagian akhir skripsi, yakni daftar pustaka, lampiran- lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan maupun rekening pinjaman pada pihak bank yang dapat berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggan bank.¹ Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya.

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah lembaga perbankan 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 yang mampu memberikan laba bagi bank tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui kepuasan nasabah. Menurut Arif, Kepuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa yang kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya

¹ Fauziah, *Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis Reengineering* (Bandung: CV Muara indah, 2010), 24.

dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut.²

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik atau memadai dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.³ Kepuasan konsumen adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Secara konseptual kepuasan merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan oleh pembeli atas *reward* dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi. Secara operasional kepuasan serupa dengan sikap, dimana penilaiannya didasarkan pada berbagai atribut.⁴

menurut herry sutanto, Kepuasan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh konsumen karena mendapatkan *value* dari penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari pelayanan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya.⁵ Sedangkan menurut engel Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil

² M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 192.

³ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayu Media, 2005), 349.

⁴ Fandy Tjiptono, Greforius Chandra, ‘*Service, Quality & Satisfaction*’, Edisi 3 (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2011), 296.

⁵ Herry Sutanto, dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 39.

(outcome) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.⁶

Sedangkan Philip Kotler mengatakan bahwa Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.⁷ Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.⁸

Kepuasan nasabah secara umum tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu:

- 1) Material, meliputi gedung yang megah; lay out ruangan yang tertata rapi; ruangan tunggu yang bersih dan nyaman; ruang toilet yang bersih; ruang mushola yang bersih dan nyaman; penampilan pegawai yang baik; mesin ATM yang selalu online dan rapi; sarana dan prasarana yang lengkap.
- 2) Immaterial, meliputi ramah, sopan, tanggap dan akrab; pelayanan yang hangat; merasa dihormati dan dihargai; merasa senang dan puas. Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah tergantung dari persepsi yang dirasakan oleh setiap

⁶ James F. Engel, et.al, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1992), 11.

⁷ Philip Kotler, *Marketing Manajemen* (New Jersey: Prentice Hall, 2000), 36.

⁸ Ibid., 195.

individu. Sehingga, kepuasan setiap individu baik nasabah satu dengan nasabah lain tidaklah sama.⁹

Namun, pada umumnya kepuasan konsumn atau nasabah dapat timbul dari produk yang berkualitas, harga yang tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas, serta kemudahan dalam mendapatkan produk. Untuk dapat menciptakan kepuasan para pelanggan, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan.¹⁰ Dikarenakan dengan terciptanya kepuasan nasabah, dapat meningkatkan hubungan kemitraan antara lembaga keuangan dengan nasabah yang pada akhirnya bisa menciptakan loyalitas nasabah sehingga mampu meningkatkan reputasi lembaga keuangan syariah.

Dari definisi-definisi sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan nasabah merupakan keadaan dimana seorang mitra merasa puas atas produk/jasa bank, karena kinerja yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan.

2. Dimensi Kepuasan nasabah

Mengidentifikasi pelanggan untuk menilai produk/jasa

⁹ Herry Buchory dan Djasmin Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Linda Karya, 2006), 115-116.

¹⁰ A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Amara Books, 2003), 94.

perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staf layanan pelanggan. Meminta pelanggan untuk menentukan dimensi dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.¹¹

3. Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun indikator kepuasan nasabah sebagai berikut:

a. Kepuasan nasabah keseluruhan (*overall customer service*)

Indikator yang menunjukkan tingkat kepuasan nasabah terhadap penyedia jasa pelayanan secara keseluruhan.

b. Dimensi kepuasan pelanggan

Pelanggan menilai dari produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan pelayanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan.

c. Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectation*)

Indikator yang menunjukkan kesesuaian produk atau jasa yang ditawarkan dengan pengharapan pelanggan sebagaimana yang di persepsikan.

d. Niat beli ulang (*repurchase intention*)

Pengalaman yang dirasakan terhadap yang diberikan serta minat untuk menggunakan jasa Bank kembali.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2014), 368.

- e. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*)

Indikator yang menunjukkan kesediaan pelanggan untuk mempromosikan atau merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman masa lalu.

- f. Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)

Indikator yang menunjukkan hubungan selama menjalin dengan perusahaan, antara puas atau tidak puas terhadap perusahaan tersebut.¹²

B. Layanan Internet Banking

1. Layanan Internet Banking

Internet Banking merupakan salah satu pelayanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Jenis kegiatan internet banking di bedakan menjadi 3 (tiga), yaitu informational Internet Banking, Communicative Internet Banking, dan Transactional Internet Banking.

Menurut Turban internet banking adalah layanan perbankan yang menggunakan internet yang memungkinkan dilakukannya pembayaran tagihan, mendapatkan pinjaman dari bank, atau melakukan transfer antar rekening.

¹² Drs.Danang Sunyoto, *dasar-dasar manajemen pemasaran* (Yogyakarta:CAPS,2012), 186.

Sedangkan menurut Furst mendefinisikan internet banking sebagai penggunaan internet sebagai saluran perpanjangan jarak-jauh untuk mengantarkan jasa-jasa perbankan. Jasa-jasa perbankan yang diberikan melalui internet banking adalah jasa-jasa yang juga diberikan melalui perbankan tradisional, seperti pembukaan rekening tabungan, melakukan transfer dana antar rekening. Selain itu terdapat juga jenis layanan baru seperti tagihan pembayaran elektronis yang memungkinkan nasabah untuk menerima dan melakukan pembayaran melalui internet banking.¹³

Internet banking merupakan bagian dari program elektronik banking. Aplikasi teknologi informasi dalam internet banking akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, serta produktifitas bagi pengguna. Secara umum, dalam penyediaan layanan internet banking, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet yang memberikan akses kepada nasabah untuk bertransaksi dan mengupdate data pribadinya secara mandiri. Internet Banking BRIS adalah fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam, kapan dan dimanapun nasabah berada menggunakan perangkat lunak browser pada *Personal Computer (PC)*, *Notebook* dan *Smartphone*.¹⁴

¹³ Hartuti Candra Puji Lestari, "Pengaruh Layanan E-Banking Dan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating," *skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018), 38.

¹⁴ <https://ibank.brisyariah.co.id>, (di akses pada 24 februari 2021, jam 13.14).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Mei Sadatul Chusna,¹⁵ bahwa internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga internet banking merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya internet banking akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan teori yang menyatakan bahwa layanan internet banking memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, seperti : a. Mudah dalam penggunaannya b. Responnya real time, transaksi tercatat secara real time c. Keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan user id, password, dan dinamic password d. Fleksibilitas tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara remote.¹⁶

Tampilan Sign in dari aplikasi Internet Banking memuat logo dan nama dari BRI Syariah serta nama pengguna dan pasword internet banking yang dimiliki oleh nasabah. Selain itu, tampilan awal/depan aplikasi ini memuat juga informasi tentang layanan yang dapat dilakukan dalam menggunakan internet banking, seperti melihat transaksi rekening secara real-time online dan juga diawali dengan kalimat salam. Mengingat bank BRI Syariah merupakan salah satu bank yang beroperasi berlandaskan Islam, maka kalimat salam Islam

¹⁵ Mei Sadatul Chusna, "Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung," *skripsi* (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014), 41.

¹⁶ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah! : Memahami Bank Syariah dengan Mudah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), 31.

“Assalamualaikum” penting ada karena hal tersebut bisa menjadi salah satu cermin dari lembaga tersebut. Tampilan Bagian Dalam Aplikasi Internet Banking Bank BRI Syariah terdapat berbagai layanan yang dapat dilakukan nasabah sesuai kebutuhan yang diinginkan, seperti layanan informasi, transfer, pembayaran, data nasabah, serta informasi lainnya.¹⁷

2. Dimensi Layanan *Internet Banking*

Ada banyak dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan Internet Banking. Adapun dimensi layanan *internet banking* adalah sebagai berikut:

1. Kebebasan (Independence)

Nasabah bank dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus berhubungan langsung dengan karyawan bank.

2. Kesenangan (Convenience)

Kenyamanan pada sisi lain dapat menggambarkan kesenangan seseorang untuk menggunakan layanan ini. Nasabah dapat menggunakan jasa perbankan ini dimana saja dan kapan saja selama 24 jam non-stop.

3. Keamanan (Security)

Dimensi ini mengukur persepsi nasabah mengenai keselamatan

¹⁷ <https://ibank.brisyariah.co.id>, (di akses pada tanggal 24 februari 2021, jam 13.20).

dan keandalan layanan perbankan ini.¹⁸

3. Indikator Layanan *Internet Banking*

Pengukuran variabel ini menggunakan indikator layanan internet banking yang dikemukakan oleh Lupiyoadi :

- a. Tampilan website didesain secara jelas, menarik, dan informatif.
- b. Akurasi informasi dan transaksi perbankan.
- c. Adanya layanan jika terjadi masalah.
- d. Sistem internet banking dilengkapi dengan keamanan yang canggih sehingga pihak bank menjamin kerahasiaan dalam bertransaksi.
- e. Adanya layanan contact centre 24 jam.¹⁹
- f. Penggunaan teknologi internet banking mempercepat transaksi perbankan.
- g. Pelayanan internet banking telah sesuai harapan.
- h. Ada rasa bangga dan puas menggunakan layanan internet banking.²⁰
- i. Internet banking memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.²¹

C. Layanan *Mobile Banking*

1. Pengertian *Mobile Banking*

Layanan mobile banking bank syariah adalah pengembangan dari dua

¹⁸ Arga Satria Antasari, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal* (Malang: Universitas Brawijaya, 2013), 2.

¹⁹ Rambat lupiyoadi, *Manajemen pemasaran jasa (teori dan praktek) edisi pertama* (Jakarta: salemba empat, 2006), 182.

²⁰ Fandy tjiptono, *manajemen jasa* (Yogyakarta: penerbit andi, 2006), 93.

²¹ Jill griffin, *customer loyalty menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan edisi revisi terbaru* (jakarta: erlangga, 2003), 31.

bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu sms banking dan internet banking. Terdapat banyak persamaan secara fungsional antara internet banking dan mobile banking. Kedua bentuk teknologi informasi perbankan ini sama-sama berbasis internet.²² Mobile banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/ handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, misal Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya.²³ SMS merupakan pesan tertulis yang dapat diterima dan dikirim ke pengguna HP. Dengan adanya kerjasama antara bank dan operator seluler serta nasabah maka transaksi dapat dilakukan dengan mudah di mana saja yang disebut dengan mobile banking. Bila seseorang melakukan transaksi maka bank akan membuat konfirmasi bahwa pada jam, hari, tanggal, tahun tertentu telah terjadi transaksi. Bila nasabah tidak merasa melakukan transaksi maka berhak membatalkan transaksi tersebut.

Cara kerja M-banking sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pengiriman SMS biasa yang sering dilakukan. Nasabah mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak bank dengan isi pesan berupa kode tertentu. Selain itu, setiap kali mengirimkan sebuah SMS, di dalam pesan yang dikirimkan ikut serta di dalamnya adalah PIN untuk mengakses M-

²² Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 79.

²³ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta: Andi offset, 2011), 67.

banking tersebut. Apabila kode dan PIN yang dimasukkan benar maka permintaan transaksi akan diterima. Sebaliknya, apabila salah satu isi pesan, baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak.²⁴

Kemudahan layanan yang ditawarkan dari Mobile Banking yaitu kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari isi ulang pulsa, transfer sampai pembayaran tagihan kartu kredit yang mudah hanya dengan seperti mengirim SMS. Disisi lain dari kemudahan tersebut, Mobile Banking juga terdapat beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan pada Mobile Banking adanya seorang hacker untuk mendapatkan informasi account atau debit dan informasi kartu kredit dari pengguna.

Selain kelemahan di atas juga terdapat beberapa kelemahan dalam pelayanan pada Mobile Banking lainnya, diantaranya:²⁵

- a. Pengiriman pemberitahuan transaksi yang terlambat diterima oleh nasabah.
- b. Kesalahan pengiriman ke nomor lain.
- c. Tidak diterimanya pemberitahuan dari pihak bank, walaupun nasabah telah melakukan transaksi.
- d. Sampai saat ini pengiriman SMS yang masih sering tertunda atau

²⁴ Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 101-102.

²⁵ Ibid., 105.

dikenal dengan istilah pending, sehingga transaksi yang seharusnya real time menjadi tidak real time lagi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh May Fanny Eka Putri dan Dodic Tricahyono dari hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan elektronik secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna mobile banking. Transaksi yang dapat didukung oleh fasilitas layanan Mobile Banking ini yaitu²⁶ :

- a. Registrasi dan aktivasi Mobile Banking
2. Unregister Mobile Banking
3. Ubah password Mobile Banking
4. Ubah PIN
5. Tambah/Hapus Nomor Kartu
6. Cek Saldo
7. Tranfer antar rekening BRI Syariah
8. Histori transaksi terakhir
9. Info kurs dan info produk, dll.

Untuk mendapatkan fasilitas tersebut, nasabah harus mengisi surat permohonan kepada bank dan meregistrasi nomor HP yang akan digunakan disamping password untuk keamanan bertransaksi.²⁷ Aplikasi Mobile Banking BRI Syariah didalamnya dilengkapi dengan fitur layanan untuk melihat jadwal

²⁶ <https://ibank.brisyariah.co.id>, (di akses pada tanggal 26 februari 2021, jam 20.05)

²⁷ Brosur Mobile BRIS BRI Syariah

sholat, petunjuk arah kiblat, informasi tentang haji dan umrah, info produk, call center, pengaturan bahasa, lokasi ATM/Cabang Bank Muamalat Indonesia, internet banking, serta mobile banking.

Tampilan sign in layanan mobile banking terdiri dari nama pengguna serta password mobile banking yang dimiliki nasabah. Akun dari layanan mobile banking didalamnya terdapat informasi tentang histori transaksi terakhir, melihat transaksi yang dilakukan hari ini, dan lain sebagainya. Tampilan layanan pembayaran dalam Mobile Banking BRI Syariah terdiri dari pembayaran zakat infaq dan shodaqah, pembayaran internet, pembayaran entertainment, pembayaran asuransi, pembayaran tiket, dan lain sebagainya.²⁸

2. Dimensi Layanan *Mobile Banking*

Mobile banking yang bersifat online dapat dikategorikan sebagai jasa online. Adapun kualitas jasa online yang telah diidentifikasi oleh Zeithaml, et al terdiri dari tiga dimensi, yaitu sebagai berikut:

- a. Kemudahan (*Efficiency*)
menunjukkan sejauh mana tingkat kemudahan teknologi yang diaplikasikan perusahaan.
- b. Pemenuhan (*Fulfillment*)

Menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi janjinya terhadap nasabah.

²⁸ Ibid.

c. Privasi (*Privacy*)

Menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat melindungi keamanan data nasabahnya. Harapannya, dengan mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan online maka akan diketahui seberapa tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang telah diberikan oleh perusahaan.²⁹

3. Indikator Layanan *Mobile Banking*

Indikator layanan mobile banking antara lain:

- a. Mudah dipelajari dan dioperasikan.
- b. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
- c. Dan menambah keterampilan para pengguna

Semakin mudah suatu sistem untuk dipelajari dan digunakan, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.³⁰

D. Layanan *Automatic Teller Machine (ATM)*

1. Pengertian Layanan *Automatic Teller Machine (ATM)*

Automatic Teller Machine (ATM) merupakan sistem pelayanan yang

²⁹ Rahmadana, "Pengaruh Kualitas Mobile Banking, Internet Banking Dan Fasilitas Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Bri Cabang Iskandar Muda Medan," *skripsi* (Medan: universitas sumatera utara, 2019), 17.

³⁰ Syamsul Hadi Novi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *jurnal* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2015), 57.

diberikan kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi yang biasanya dilakukan oleh teller. ATM dapat menggantikan fungsi teller untuk melayani beberapa jenis transaksi perbankan. Untuk mengoperasikan ATM biasanya diperlukan peralatan berupa kartu plastik (Plastic card) dan kode pengenalan diri (*personal identification card*).³¹

Automatic Teller Machine (ATM) Kartu ATM adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana.³²

Automatic Teller Machine (ATM) juga dikenal sebagai Anjungan Tunai Mandiri, yaitu sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang teller atau kasir.³³ Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah mesin *Automatic Teller Machine* (ATM).

ATM merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah

³¹Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga keuangan lain* (Jakarta: SalembaEmpat, 2011), 284.

³²Tri Hendro dan Conny Tjandra Rahardja, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), 4.

³³Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 7.

secara otomatis setiap saat. Pengertian ATM ini sudah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia yang artinya Anjungan Tunai Mandiri. Dengan adanya layanan ATM nasabah dapat melakukan transaksi sebagai berikut³⁴:

- a. Penarikan dengan kartu ATM/Debit BRI Syariah
- b. Penarikan dengan kartu ATM/Debit lain (Anggota ATM Bersama, Anggota Prima, Anggota MEPS)
- c. Inquiry Kartu ATM/Debit BRI Syariah
- d. Inquiry kartu debit bank lain (Anggota ATM Bersama dan Anggota Prima)
- e. Transfer dana (Antar rekening BRI Syariah, Antar Bank Anggota ATM Bersama, dan Antar Bank Anggota ATM Prima)
- f. Gagal/saldo tidak cukup (Anggota ATM Bersama dan Anggota Prima)
- g. Melakukan Pembayaran (Tagihan telkom group (telkom, telkomvision, speedy, flexi), Tagihan PLN, Tagihan ponsel/postpaid, Tagihan air minum, Tiket Garuda Indonesia, TV Berlangganan, Pembayaran Asuransi Takaful dan Sinarmas, Zakat infaq & Shadaqoh, serta Virtual Account BRIS
- h. Pembelian isi ulang pulsa/prepaid
- i. Penggantian PIN

Sedangkan manfaat lain yang dapat diberikan oleh ATM di samping yang diatas yaitu³⁵:

³⁴ <https://ibank.brisyariah.co.id>, (di akses pada tanggal 26 februari 2021, jam 21.25)

³⁵ Ibid., 207.

- a. Praktis dan mudah dalam pengoperasian mesin ATM
- b. Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur
- c. Menjamin keamanan dan privacy
- d. Kemungkinan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali dalam sehari
- e. Terdapat diberbagai tempat yang strategis.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Satria Hendra Sahputra menyatakan bahwa penggunaan ATM dapat memberikan kepuasan kepada nasabah perbankan dalam hal pelayanan, jaminan kepastian, pemahaman kebutuhan dan kondisi. Hal ini juga didukung dengan beberapa layanan dan manfaat yang diberikan dari penggunaan ATM. Pelayanan yang diberikan ATM antara lain³⁶:

- a. Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai diberbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarikan tergantung dari limit yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan
- b. Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan bilyet giro (BG)
- c. Dapat digunakan sebagai tempat untuk meminta rekening koran
- d. Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau mengecek saldo rekening nasabah

³⁶ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 207.

- e. Dapat digunakan sebagai tempat untuk pembayaran listrik, telepon, dan pembayaran lainnya.

2. Dimensi Layanan *Automatic Teller Machine (ATM)*

Terdapat beberapa dimensi untuk mengukur tingkat kualitas ATM sebagai berikut:

- a. Jenis ATM
- b. Aksesibilitas (*Aksesibility*)
- c. Lokasi (*Location*)³⁷

3. Indikator Layanan *Automatic Teller Machine (ATM)*

Indikator layanan ATM antara lain:

- a. bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal, untuk menjadikan bukti nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Salah satu yang meliputi fasilitas fisik adalah teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan). Peralatan modern untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi dan fasilitas yang menarik, seperti fasilitas ruangan mesin ATM.
- b. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan, pelayanan disediakan sesuai dengan yang diinformasikan dan tambahan biaya

³⁷ Rahmadana, "Pengaruh Kualitas Mobile Banking, Internet Banking Dan Fasilitas Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Bri Cabang Iskandar Muda Medan," *skripsi* (Medan:universitas sumatera utara, 2019), 19.

adminitrasi.

- c. Respon petugas pelayanan terhadap keluhan nasabah, respon petugas pelayanan terhadap saran dan kritikan nasabah.
- d. Fasilitas ruangan yang mampu memberikan rasa kenyamanan dan aman bagi nasabah.
- e. Memahami kebutuhan nasabah atau keinginan nasabah.³⁸

4. Studi Penelitian Terdahulu

Tabel 2.I Studi Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti, tahun, dan Judul penelitian	Variabel penelitian	Metode penelitian dan hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Choirul hadi nawawi, 2019, “pengaruh layanan internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine terhadap tingkat kepuasan nasabah bank muamalat kantor cabang kediri”	Variabel independen: layanan internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine. Variabel dependen: tingkat kepuasan nasabah	Metode penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda dengan memenuhi uji asumsi klasik. Hasil penelitian: menunjukkan bahwa variabel internet banking, variabel mobile banking, dan variabel automatic teller machine berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank	Terdapat variabel independen yakni internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine Terdapat variabel dependen yakni kepuasan nasabah	Terdapat variabel dependen kepuasan nasabah
2.	Nurul Husna, 2019, Pengaruh Layanan	Variabel independen:	Metode penelitian ini adalah metode	Terdapat variabel	Terdapat variabel

³⁸ Nurul Husna, “Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda,” *Skripsi* (Aceh: UIN AR-RANIRY, 2019), 53.

	Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh	Anjungan Tunai Mandiri(ATM), Variabel dependen: Kepuasan nasabah	analisis data regresi linear berganda Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Secara parsial variabel Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah	independen yakni anjungan tunai mandiri (ATM) Terdapat variabel dependen yakni kepuasan nasabah	independen yakni internet banking dan mobile banking.
3.	Yeni Anda Dwinurpitasari, 2019, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Ponorogo	Variabel independen: kualitas layanan, produk mobile banking Variabel dependen: kepuasan nasabah	Metode penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian adalah kualitas layanan mobile banking dan kualitas produk mobile banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Terdapat variabel independen yakni mobile banking Terdapat variabel dependen yakni kepuasan nasabah	Terdapat variabel independen yakni internet banking dan automatic teller machine (ATM)
4.	Melfi Adela, 2020, Pengaruh Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)	Variabel Independen: Mobile Banking, Variabel Dependen: Kepuasan Nasabah	Metode penelitian adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah variabel keamanan sistem mobile banking tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, variabel kemudahan penggunaan layanan tidak	Terdapat variabel independen yakni Mobile Banking	Terdapat variabel independen yakni internet banking, dan automatic teller machine (ATM)

			berpengaruh terhadap kepuasan, variabel kredibilitas perusahaan layanan perbankan berpengaruh terhadap kepuasan, variabel kecepatan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah		
5.	Mariatul adila, 2017, pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah (studi kasus pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda depok)	Variabel independen: layanan mobile banking Variabel dependen: kepuasan, loyalitas nasabah	Metode penelitian ini adalah analisis jalur. Hasil penelitian adalah variabel reliability, empathy, responsiveness dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan assurance, tangible dan efficiency memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.	Terdapat variabel independen yakni mobile anking Terdapat variabel dependen yakni kepuasan nasabah	Terdapat variabel independen yakni internet banking, automatic teller machine (ATM)

Penelitian ini mengkaji tema tentang kepuasan nasabah yang telah diteliti oleh Choirul Hadi Nawawi, Nurul Husna, Yeni Anda Dwinurpitasari, Melfi Adela, dan Mariatul Adila. Penelitian ini mengembangkan dalam konsep teorinya M nur Rianto Al Arif, Herry Sutanto dan Khaerul Umam. Sedangkan lima peneliti diatas oleh teori

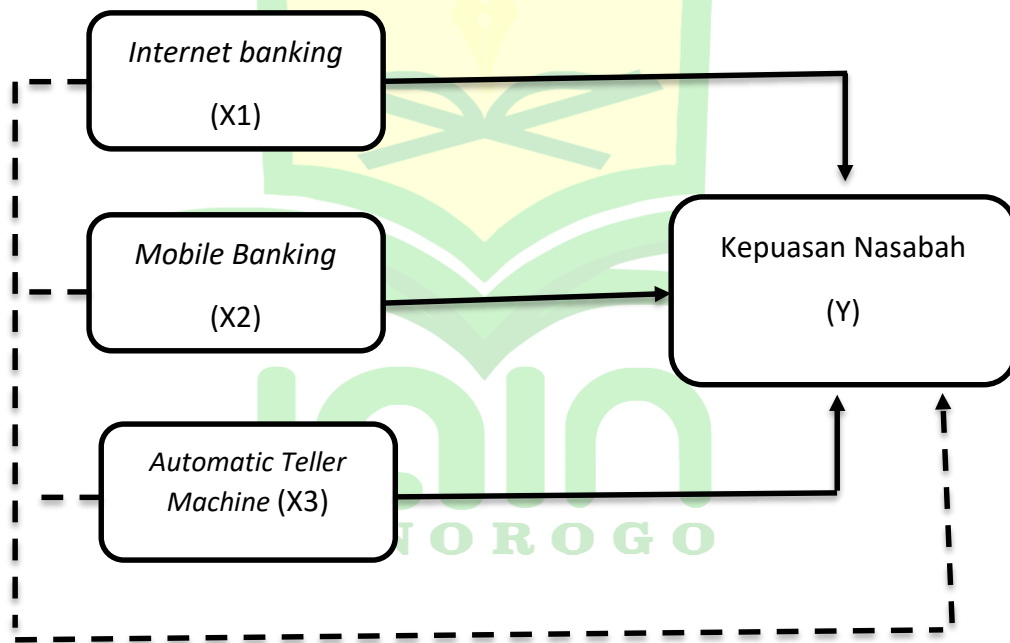
dari Fandy Tjiptono, Philip Kotler, Daryanto, Ismanto Setyobudi, Doni Juni Priansa.

5. Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran diartikan sebagai model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir yang baik adalah yang menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.³⁹

Berdasarkan landasan teori yang dipaparkan diatas, maka kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1



Keterangan:

----- = secara simultan

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D* (Bandung: CV Alfabeta, 2016), 60.

_____ = secara parsial

Kerangka pemikiran di atas menjelaskan terkait adanya pengaruh layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* terhadap kepuasan nasabah. Variabel yang dipengaruhi (variabel terikat) yaitu kepuasan nasabah (Y), sedangkan variabel yang mempengaruhi (variabel bebas) adalah *internet banking* (X1), *mobile banking* (X2), dan *Automatic Teller Machine/ATM* (X3).

6. Hipotesis

Jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian disebut sebagai Hipotesis. Kebenaran dari hipotesis itu harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.⁴⁰ Karena itu perlu diadakan penelitian sebelum hipotesis itu diterima atau ditolak, maka berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, dan kerangka berfikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Hipotesis terkait dengan Pengaruh layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah.
 H0 : *Internet banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
 H1 : *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Hipotesis terkait dengan pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2007), 156.

H0 : *Mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H2 : *Mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

3. Hipotesis terkait dengan pengaruh layanan *automatic teller machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah.

H0 : *automatic teller machine*(ATM) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H3 : berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

4. Hipotesis terkait dengan pengaruh layanan *Internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah

H0 : *internet banking, Mobile banking, dan automatic teller machine*(ATM) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

H4 : *internet banking, Mobile banking, dan automatic teller machine*(ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Ditinjau dari pendekatan yang digunakan, penelitian lapangan dapat dibedakan menjadi dua macam yakni penelitian kuantitatif dan kualitatif.¹ Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³ Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang didapat dan diolah langsung oleh obyeknya. Data primer dalam penelitian ini

¹ Wahid Murni, *Cara Mudah Menulis Proposal Dan Laporan Penelitian Lapangan* (Malang: UM, 2008), 3.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 11.

³ Ibid., 13.

diperoleh melalui wawancara dan penyebaran angket. Dan berusaha mengukur pengaruh antar variabel, yakni berusaha mengukur pengaruh variabel *Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine/ATM* terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya disebut sebagai variabel penelitian.⁴ Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yakni variable independen (bebas) dan variable dependen (terikat). Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab atau berubah/mempengaruhi suatu variabel lain. Sedangkan variable dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain.⁵ Variabel independen dalam penelitian ini adalah layanan *Internet Banking (X1), Mobile Banking (X2), dan Automatic Teller Machine/ATM (X3)*. Sedangkan yang menjadi variable dependen adalah kepuasan nasabah (Y).

⁴ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 109.

⁵ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Jakarta: RajawaliPers, 2014), 110.

Agar variabel tersebut dapat diukur maka peneliti harus menjelaskan ke dalam konsep operasional variabel, maka untuk itu variabel harus dijelaskan ke dalam indikator-indikator yang dibuat oleh peneliti berdasarkan teori-teori yang ada. Jika peneliti mampu mengoperasionalkan konsep dengan baik, maka peneliti tidak kesulitan dalam mengoperasionalkan variabel begitu pula dalam menentukan indikator-indikator.

2. Definisi operasional

Berikut operasional variabel ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian⁶

Variabel	Definisi	Indikator	No item	Sumber
(X1) <i>Internet Banking</i>	Menurut Turban et al. (2002) dalam Wiji Nurastuti (2011: 111), internet banking adalah perbankan yang menggunakan internet yang memungkinkan	b. Tampilan website didesain secara jelas, menarik, dan informatif. c. Akurasi informasi dan transaksi perbankan. d. Adanya layanan jika terjadi masalah e. Sistem internet banking dilengkapi dengan		Rambat ⁷ lupiyoadi 2006 182. Manajemen pemasaran jasa (teori dan praktek) edisi pertama Jakarta: (salemba empat)

⁶ V. Wiratna Sujarweni, *metodologi penelitian bisnis & ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 80.

⁷ Rambat lupiyoadi 2006 182. Manajemen pemasaran jasa (teori dan praktek) edisi pertama Jakarta: (salemba empat)

	dilakukannya pembayaran tagihan, mendapatkan pinjaman dari bank, atau melakukan transfer antar rekening.	<p>keamanan yang canggih</p> <p>f. Pihak bank menjamin kerahasiaan dalam bertransaksi</p> <p>g. Adanya layanan contact centre 24 jam</p> <p>h. Penggunaan teknologi internet banking mempercepat transaksi perbankan</p> <p>i. Pelayanan internet banking telah sesuai harapan</p> <p>j. Internet banking memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi</p> <p>k. Biaya transaksi lebih murah dibanding bank lain</p> <p>l. Ada rasa bangga dan puas menggunakan layanan internet banking</p>	
(X2) <i>Mobile banking</i>	Menurut Mariatul Adila <i>mobile banking</i> merupakan salah satu layanan yang berupa aplikasi, yang dapat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi mobile BRIS dapat diunduh melalui handphone 2. Mudah dipelajari dan dioperasikan. 3. Mengerjakan dengan 	Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking syamsul

	<p>diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/handphone GSM atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator seluler.</p>	<p>mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.</p> <p>4. Menambah keterampilan pengguna.</p>	<p>hadi novi universitas islam indonesia 2015 jurnal hlm 57⁸</p>
<p>(X3) <i>Automatic teller machine</i></p>	<p>Menurut Ikatan Bankir Indonesia ATM (<i>automated teller machine</i>) atau Anjungan Tunai Mandiri adalah terminal elektronik yang disediakan oleh lembaga keuangan untuk nasabah yang akan melakukan transaksi, mengetahui</p>	<p>1. Dapat melakukan tarik tunai maupun setor tunai</p> <p>2. fasilitas fisik yang menarik (ruangan mesin ATM)</p> <p>3. pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan.</p> <p>4. Pelayanan disediakan sesuai dengan yang diinformasikan</p> <p>5. Tambahan biaya administrasi sesuai yang diinformasikan</p> <p>6. Respon petugas pelayanan</p>	<p>Fandy Tjiptono. 2005. <i>Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer</i>. Andi ⁹offset.yogyakart a.2005:61</p>

⁸ Syamsul Hadi Novi Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking universitas islam indonesia 2015 jurnal, 57.

⁹Fandy Tjiptono, *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*, (yogyakarta:Andi offset, 2005), 61.

	informasi saldo, dan melakukan penarikan tunai	<p>terhadap keluhan nasabah</p> <p>7. Respon petugas pelayanan terhadap saran dan kritikan nasabah</p> <p>8. Fasilitas ruangan yang mampu memberikan rasa kenyamanan dan aman bagi nasabah</p> <p>9. Memahami kebutuhan nasabah atau keinginan nasabah</p>	
(Y) Kepuasan nasabah	Menurut kotler kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dibanding harapannya.	<p>1. Konsumen merasa puas ketika teknologi dapat mengatasi masalah/keperluan yang mendesak</p> <p>2. Lebih baik dari alternatif lain darisegi kemudahan, menghemat waktu, dan menghindari layanan personal</p> <p>3. Kesesuaian harapan</p> <p>4. Minat berkunjung kembali</p> <p>5. Kesiediaan merekomendasikan</p>	<p>Hartuti candra puji lestari 2018</p> <p>Analisis pengaruh layanan ebanking dan tingkat kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dengan religiusitas sebagai variabel moderating.</p>

C. Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁰ Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna layanan *Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine/ATM* pada Bank BRI Syariah KCP Magetan.

Sedangkan Sampel termasuk bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bisa, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.¹¹ Sampling adalah teknik pengambilan sampel.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling aksidental. Sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik (ciri-cirinya), maka orang tersebut

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi: Mixed Methods*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.199

¹¹ PapunduTika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hal.33

dapat digunakan sebagai sampel (responden).¹²

Dalam sebuah penelitian yang memiliki populasi yang cukup besar, suatu ketidakmungkinan untuk peneliti menyebarkan kuesioner kepada seluruh anggota populasi. Dengan demikian peneliti tentu memerlukan penentuan jumlah anggota populasi yang dijadikan responden. Responden inilah yang kemudian disebut sebagai sampel. Maka dapat dikatakan bahwa sampel merupakan populasi yang mana dalam sampel tersebut harus tergambar karakteristik populasi.¹³ Jika besarnya populasi dalam penelitian tidak diketahui jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran, seperti yang ditunjukkan dalam rumus berikut:

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0.5)(0.5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,184)(0.25)}{(0,01)}$$

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

$$n = 96,04 = 97$$

¹² Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk GuruKaryawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2012), 57.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Da R dan D* (Bandung: CV Alfabeta, 2016), 81.

Keterangan:

n = ukuran sampel

Z^2 = 1- tingkat kepercayaan, misal sebesar 95%

e = tingkat ketepatan yang diinginkan

p = proporsi yang diestimasikan suatu atribut yang ada dalam suatu populasi

q = 1- p

Berdasarkan hasil di atas maka dapat diketahui bahwa sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 orang.

D. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.¹⁴ Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran angket kepada nasabah pengguna layanan internet banking, mobile banking, dan ATM bank BRI Syariah KCP Magetan.

¹⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 67-68.

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh suatu data dan pengelolaan dalam penelitian ini, teknik yang digunakan berupa kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket ini digunakan untuk memperoleh data pengaruh layanan internet banking, mobile banking, dan ATM terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian disebut juga sebagai alat yang digunakan untuk menggali variable yang diteliti. Setelah itu barulah dipaparkan prosedur pengembangan instrument pengumpul data atau pemilihan alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian. Dengan cara ini akan terlihat apakah instrument yang digunakan sesuai dengan variable yang diukur, paling tidak ditinjau dari segi isinya.¹⁵

Instrumen penelitian yang digunakan harus teruji validitas dan realibilitasnya. Titik tolak dari penyusunan adalah variable-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variable-variabel tersebut diberi definisi operasionalnya dan selanjutnya ditentukan indikator yang diukur. Dari indikator itu kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau

¹⁵ Tim Penyusun, "Pedoman Penyusunan Skripsi FEBI," (IAIN Tulungagung, 2018), 15.

pernyataan. Butir-butir pernyataan tersebut dituangkan kedalam angket/kuesioner.

Alat ukur dalam penelitian dengan menggunakan angket yang berisi butir-butir pertanyaan yang nantinya akan diberikan kepada responden. Skala penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3.2

Skala Pengukuran

Kategori	Skala
SS (Sangat setuju)	4
S (Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS(Sangat Tidak Setuju)	1

G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Validitas didefinisikan

sebagi sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya.¹⁶ Item pernyataan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standar yaitu 0,32.¹⁷

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) digunakan untuk mengetahui ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk responden yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu bentuk kuosioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variable pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel¹⁸ Untuk mengetahui kriteria reliabilitas ada 5 kelompok kelas dengan ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliable.
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliable

¹⁶ Tim Penyusun, *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, Program Studi Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama, 19.

¹⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 96.

¹⁸ Tim Penyusun, *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, 23.

- c. Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.¹⁹

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi untuk menganalisis data. Sebelum dilakukan uji regresi terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Apabila uji asumsi klasik sudah terpenuhi maka analisis regresi dapat dilakukan. Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian asumsi klasik meliputi:

1. Uji asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data kontinyu berdistribusi normal sehingga analisis validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, dan regresi dapat

¹⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), 97.

dilaksanakan.²⁰ Jika data berdistribusi normal maka digunakan uji statistik parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal maka digunakan uji statistik non parametric.²¹

Dalam penelitian uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusannya digunakan pedoman jika nilai Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.²²

Selain itu untuk menguji suatu data distribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot, pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- 1) Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau

²⁰ Husaini Usman, *Pengantar Statistika* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2012), 109.

²¹ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta:Bumi Aksara, 2012), 153.

²² V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 66.

tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak memenuhi uji asumsi normalitas.²³

b. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen).²⁴ Kemiripan antar variable independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variable independen terhadap variable dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.²⁵

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan

²³ Imam Ghozali, *Analisis Multifariate SPSS* (Semarang: Badan penerbit Universitas diponegoro, 2005), 10-112.

²⁴ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 91.

²⁵ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), 185.

pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskidastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola²⁶

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel terikat (dependent). Kegunaan regresi dalam penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan dan memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Rumus persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:²⁷

²⁶ Ibid., 186-187.

²⁷ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 379.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a dan b = konstanta

3. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi yang memiliki satu variable dependen dan lebih dari satu variable independen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 \dots + E$$

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara kepuasan nasabah (variabel dependen) dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya (variabel independen).²⁸

Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut :

$$\text{Penggunaan Internet Banking} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + E$$

²⁸ Ibid, 149.

Dimana :

A= konstanta

b1,b2,b3,= koefisien regresi masing-masing variabel

X1= Internet Banking

X2 = Mobile Banking

X3 = Automatic Teller Machine

E = error term (variabel pengganggu) atau residual

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian digunakan untuk suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis ini harus dibuktikan melalui data yang terkumpul.²⁹

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen secara sama-sama (simultan) terhadap variable dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, 149.

masing-masing variable independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji statistik.

a. Uji secara parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan masing-masing variable independen secara individual terhadap variable dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variable independen secara individual terhadap variable dependen dapat digunakan tingkat signifikansi $=5\% = 0.05$. Asumsinya jika probabilitas t lebih besar dari 5% maka tidak ada pengaruh dari variable independen terhadap variable dependen. Begitu juga sebaliknya.³⁰

b. Uji secara bersama-sama (uji F)

Uji F dilakukan untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variable terikat (Y). Jika nilai α yang digunakan lebih kecil $5\% = 0,05$ maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variable bebas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable terikat secara simultan (bersama-sama).

³⁰ Ibid., 159.

Begitu juga sebaliknya.³¹

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan sebagai proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung berdasarkan model statistik. Dengan kata lain, koefisien determinasi diartikan dengan seberapa besar variabel independen X menentukan tingkat variabel respon Y dalam suatu model. Nilai koefisien determinasi berganda $0 \leq R^2 \leq 1$. Artinya, jika nilai $R^2 = 1$ maka model yang dihasilkan mampu menerangkan semua variabilitas dalam variabel Y. Namun, jika $R^2 = 0$, maka tidak ada hubungan antara variabel independen (X) dengan Y. Semakin dekat nilai R^2 dengan 1, maka semakin baik tingkat kecocokan model dengan data yang diolah.³²

Koefisien determinasi (R^2) pada persamaan regresinya linier, dapat dihitung dengan menggunakan rumus³³:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

³¹ Singih Santoso, *Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta:Elekmedia Komputindo, 2002), 168.

³² Robert Kurniawan, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 123-124.

³³ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 133.

Dimana:

R^2 = Koefisien determinasi/proporsi keragaman/variabilitas total disekitar nilai tengah y yang dapat dijelaskan oleh model regresi (biasanya dinyatakan dalam prosentase)

Khusus untuk regresi linier sederhana, berlaku:

$$R = r_{xy} = (\text{tanda } b^1) \sqrt{R^2}$$

R = Koefisien korelasi ganda (multiple correlation coefficients)

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan pedoman:³⁴

Tabel 3.3

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,800-1,000	Sangat kuat
0,600-0,799	Kuat
0,400-0,599	Cukup kuat

³⁴ Ibid., 94.

0,200-0,399	Rendah
0,000-1,999	Sangat rendah



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BRI Syariah KCP Magetan

1. Sejarah BRI Syariah KCP Magetan

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., Terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.¹

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (service excellence) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industry perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo

¹ Bank Rakyat Indonesia Syariah,” Profil Perusahaan,” dalam <http://www.brisyariah.co.id>, (diakses pada tanggal 24April 2021, jam 08.35)

perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.,

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

Saat ini PT. Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada

kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip syariah. Bank BRI Syariah (kantor pusat) terletak di Gd. BRI II Lt. 5 Jl. Jend. Sudirman Kav. 44 - 46 Jakarta. Sedangkan Kantor Cabang Pembantu BRI Syariah Jl. MT Haryono Pemas IX No. 5 RT.03/12, Dsn Karanganyar, Kepolorejo, Kec. Magetan, Kab. Magetan, Jawa Timur.

2. Visi dan Misi Bank BRI Syariah

a. Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dimanapun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 24.0*. Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada 30 responden.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan atau pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel.² Kriteria yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu butir pertanyaan dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dimana $df=30-2=28$ dengan sig 5% sehingga $r_{tabel}= 0,361$. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung}>0,361$.

a. Validitas Variabel layanan internet banking (X1)

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas layanan internet banking

Pernyataan	Rhitung	rtabel	Keterangan
X1.1	0,757	0,361	Valid
X1.2	0,678	0,361	Valid
X1.3	0,844	0,361	Valid
X1.4	0,818	0,361	Valid
X1.5	0,676	0,361	Valid

² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 52.

Pernyataan	Rhitung	rtabel	Keterangan
X1.6	0,655	0,361	Valid
X1.7	0,810	0,361	Valid
X1.8	0,733	0,361	Valid
X1.9	0,745	0,361	Valid
X1.10	0,848	0,361	Valid
X1.11	0,784	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa 11 item pernyataan yang dimiliki dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > 0,361$. Nilai koefisien validitas terendah 0,655 dan tertinggi 0,848 sehingga 11 item pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel layanan internet banking.

b. Validitas Variabel layanan Mobile Banking (X2)

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas layanan mobile banking

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0,789	0,361	Valid
X2.2	0,839	0,361	Valid
X2.3	0,687	0,361	Valid
X2.4	0,635	0,361	Valid
X2.5	0,816	0,361	Valid

X2.6	0,774	0,361	Valid
X2.7	0,683	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa dari 7 item pernyataan yang dimiliki dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > 0,361$. Nilai koefisien validitas terendah 0,635 dan tertinggi 0,839 sehingga dari 7 item pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel layanan mobile banking.

c. Validitas Variabel layanan Automatic teller machine /ATM (X3)

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas layanan ATM

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0,681	0,361	Valid
X3.2	0,620	0,361	Valid
X3.3	0,839	0,361	Valid
X3.4	0,748	0,361	Valid
X3.5	0,764	0,361	Valid
X3.6	0,591	0,361	Valid
X3.7	0,644	0,361	Valid
X3.8	0,753	0,361	Valid
X3.9	0,687	0,361	Valid
X3.10	0,454	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa dari 10 item pernyataan yang dimiliki Valid karena nilai $r_{hitung} < 0,361$. Nilai koefisien validitas terendah 0,454 dan tertinggi 0,839 sehingga dari 10 item pernyataan tersebut dapat digunakan sebagai kuesioner penelitian variabel layanan ATM.

d. Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.4

Hasil Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y.1	0,530	0,361	Valid
Y.2	0,639	0,361	Valid
Y.3	0,609	0,361	Valid
Y.4	0,620	0,361	Valid
Y.5	0,113	0,361	Tidak Valid
Y.6	0,508	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa 6 item pernyataan yang dimiliki 1 di antaranya tidak valid karena nilai $r_{hitung} < 0,361$. Nilai koefisien validitas terendah 0,113 dan tertinggi 0,639 sehingga dari 6 item pernyataan tersebut terdapat 5 item yang dapat digunakan sebagai

kuesioner penelitian variabel kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Magetan.

2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas dan semua item sudah valid maka dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka reliabel. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dari variabel layanan internet banking, mobile banking, dan Automatic teller machine/ATM terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	CA	Batas	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	0,390	0,60	Reliabel
internet banking (X1)	0,922	0,60	Reliable
Mobile banking (X2)	0,865	0,60	Reliabel
ATM (X3)	0,853	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa hasil uji reliabilitas untuk variabel X1, X2, X3 dan Y nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 yang artinya

pernyataan pada kuesioner penelitian dikatakan reliabel. Sehingga instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data penelitian.

C. Hasil Pengujian Deskripsi

Sebagai gambaran umum mengenai latar belakang sampel penelitian, maka pada sub bab ini akan disampaikan hal-hal penting mengenai karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Dalam penelitian jumlah responden 97 adalah responden sebagai syarat pemenuhan sampel dan penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner yaitu pada masyarakat yang menggunakan layanan internet banking, mobile banking dan ATM di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	40	41.2	41.2	41.2
	Wanita	57	58.8	58.8	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan keterangan Tabel 4.6 diketahui bahwa responden atau nasabah yang puas menggunakan layanan internet banking, mobile banking dan

ATM di BRI Syariah KCP Magetan 41,2 % berjenis kelamin pria dan 58,8% yang berjenis kelamin wanita. Hasil di atas memberikan informasi bahwa responden/nasabah yang puas menggunakan layanan internet banking mobile banking dan ATM di BRI Syariah KCP Magetan mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 58,8 %.

2. Usia

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25th	90	92.8	92.8	92.8
	26-33th	5	5.2	5.2	97.9
	34-41th	2	2.1	2.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Berdasarkan keterangan Tabel 4.7 dapat diketahui mengenai usia responden yang diambil sebagai sampel yaitu menunjukkan bahwa mayoritas nasabah yang menggunakan layanan internet banking, mobile banking dan ATM di Bank BRI Syariah KCP Magetan yaitu berusia 17-25th sebanyak 92,8%. Sedangkan kelompok usia 26-33th sebanyak 5,2% 34-41th sebanyak 2,1%.

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3/S1	80	82.5	82.5	82.5
	SMA/SMK	16	16.5	16.5	99.0
	K				
	SMP	1	1.0	1.0	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2020

Berdasarkan keterangan Tabel 4.8 dapat diketahui mengenai pendidikan terakhir responden yang diambil sebagai sampel yaitu menunjukkan bahwa mayoritas nasabah yang menggunakan layanan internet banking, mobile banking dan ATM di Bank BRI Syariah KCP Magetan adalah lulusan sarjana sebanyak 80 orang atau 82,5%. Sedangkan lulusan SMA/SMK yaitu sebanyak 16 orang atau 16,5%, Sedangkan lulusan SMP 1 orang atau 1%.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan Uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka residual berdistribusi normal.

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

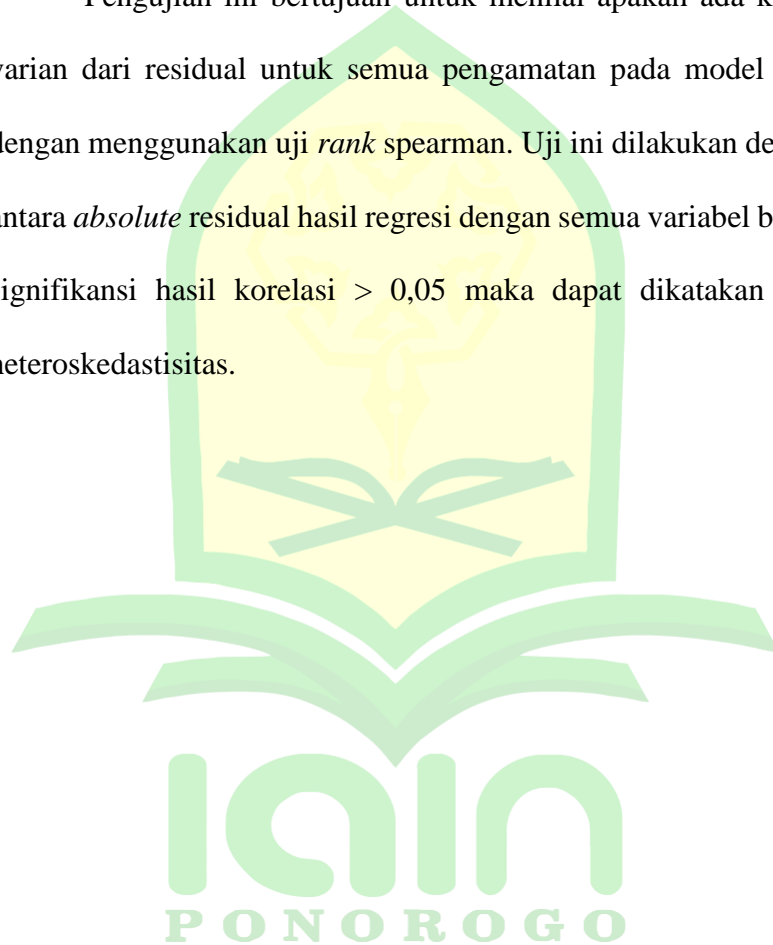
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61910362
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.060
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.182 ^c

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai signifikansi uji normalitas residual sebesar 0,182. Karena signifikansi lebih dari 0,05 artinya residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier dengan menggunakan uji *rank spearman*. Uji ini dilakukan dengan korelasi antara *absolute* residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Apabila signifikansi hasil korelasi $> 0,05$ maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.



Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.821	1.054		5.524	.000	
	internet_banking	-.068	.028	-.272	-2.405	.018	
	mobile_banking	-.041	.049	-.103	-.836	.405	
	ATM	-.036	.028	-.140	-1.277	.205	
a. Dependent Variable: HARGA_MUTLAK_RESIDUAL							

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 4.11 diketahui bahwa nilai signifikansi variabel internet banking (X1) sebesar 0,018 > 0,05, nilai signifikansi variabel mobile banking (X2) sebesar 0,405 > 0,05 dan nilai signifikansi variabel ATM (X3) sebesar 0,205 > 0,05. Karena

semua variabel tidak berpengaruh pada harga mutlak residual maka model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yang terjadi antara variabel pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi.

Tabel 4.11

Hasil Uji Autokorelasi

Durbin Watson	dU	4-du
1,723	1,736	2,364

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai durbin Watson sebesar 1,723. Untuk $n=$ nilai dU sebesar 1,736, dan $4-dU=2,364$. Karena nilai $dU < DW <$ atau $1,736 < 1,723 < 2,364$ maka disimpulkan terdapat autokorelasi.

d. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kriteria untuk mengetahui ada tidaknya

multikolinieritas adalah dengan menggunakan nilai VIF. Jika $VIF < 10$ artinya tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujiannya pada Tabel 4.13.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
Internet banking	.695	1.439
Mobile banking	.581	1.721
ATM	.733	1.364

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2020.

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa nilai VIF X1 adalah 1.439 X2 adalah 1,721 dan X3 adalah 1,364. Karena ketiga variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

2. Model Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara layanan internet banking, mobile banking, dan ATM terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh layanan Internet banking (X1) terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan (Y)

1) Model

Tabel 4.13
Hasil Regresi Linier Sederhana X1 Terhadap Y

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.965	1.570		6.986	.000		
	internet_banking	.201	.044	.420	4.512	.000	1.000	1.000

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2020

Berdasarkan pada Tabel 4.14 dapat dituliskan persamaan regresi

sebagai berikut:

$$Y = 10,965 + 0,201X_1 + e$$

Keterangan:

a) Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 10,965 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X_1 nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah menggunakan layanan internet banking di Bank BRI Syariah KCP Magetan sebesar 10,965.

b) Koefisien (b_1) Untuk Variabel X_1 (internet banking)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,201 dapat diartikan bahwa variabel independen X_1 yaitu internet banking mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan. Jika layanan internet banking naik sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan mengalami kenaikan sebesar 0,201 dengan asumsi variabel lain tetap.

2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen X_1 terhadap Y . tingkat signifikansi yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.

Berdasarkan pada tabel 4.14 pengujian pengaruh X_1 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan internet banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar

0,201 memiliki arti X1 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y, sehingga arah positif yang dihasilkan signifikan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh X1 terhadap Y. Hasil R^2 dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.14
Hasil Koefisien Determinasi X1 terhadap Y

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.420 ^a	.177	.168	1.77631	1.544

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24, 2020

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.15 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,420 menunjukkan bahwa variabel internet banking memiliki hubungan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,177 memiliki arti bahwa variabel layanan internet banking memiliki pengaruh 17,7% terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan dan 82,3% dipengaruhi oleh faktor yang tidak termasuk dalam model.

b. Pengaruh layanan mobile banking (X2) terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan(Y)

1) Model

Tabel 4.15
Hasil Regresi Linier Sederhana X2 Terhadap Y

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.885	1.726		7.467	.000		
	mobile_banking	.221	.074	.293	2.982	.004	1.000	1.000

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2020.

Berdasarkan pada tabel 4.16 dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 12,885 + 0,221X_2 + e$$

Keterangan:

a) Konstanta (b₀)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 12,885 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X_2 nol atau tidak ada maka Kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan adalah 12,885.

b) Koefisien (b_2) Untuk Variabel X_2 (mobile banking)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 0,221 dapat diartikan bahwa variabel independen X_2 yaitu mobile banking mempunyai pengaruh negatif terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan. Jika layanan mobile banking naik sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan mengalami penurunan sebesar 0,015 dengan asumsi variabel lain tetap.

2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen X_2 terhadap Y. Tingkat signifikansi yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ atau $\text{sig} < \alpha$ maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Hipotesis yang digunakan adalah:

Berdasarkan pada Tabel 4.16 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,004 < 0,05$ sehingga H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 0,221 memiliki arti

X2 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y, sehingga arah positif yang dihasilkan signifikan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh X2 terhadap Y. Hasil R^2 dapat dilihat pada tabel 4.17.

Tabel 4.16
Hasil Koefisien Determinasi X2 terhadap Y

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.293 ^a	.086	.076	1.87178	1.651

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24, 2020

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.17 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,293 menunjukkan bahwa variabel mobile banking memiliki hubungan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,086 memiliki arti bahwa variabel mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan.

c. Pengaruh layanan ATM (X3) terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan (Y)

1) Model

Tabel 4.17
Hasil Regresi Linier Sederhana X3 Terhadap Y

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.794	1.561		6.273	.000		
	ATM	.237	.045	.477	5.290	.000	1.000	1.000

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2020.

Berdasarkan pada Tabel 4.18 dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,794 + 0,237X_3 + e$$

Keterangan:

a) Konstanta (b₀)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 9,794 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X_3 nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan adalah 9,794.

b) Koefisien (b_3) Untuk Variabel X_3 (layanan ATM)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_3) sebesar 0,237 dapat diartikan bahwa variabel independen X_3 yaitu Layanan ATM mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan. Jika layanan ATM naik sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan akan mengalami kenaikan sebesar 0,237 dengan asumsi variabel lain tetap.

2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen X_3 terhadap Y. Tingkat signifikansi yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria jika $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Hipotesis yang digunakan adalah:

Berdasarkan pada Tabel 4.18 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a3} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Magetan.

Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 0,237 memiliki arti X3 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y, sehingga arah positif yang dihasilkan signifikan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh X1 terhadap Y. Hasil R^2 dapat dilihat pada Tabel 4.22.

Tabel 4.18

HASIL Koefisiensi Determinasi X3 terhadap Y					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.477 ^a	.228	.219	1.72040	1.751

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24, 2020

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.19 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,477 menunjukkan bahwa variabel layanan ATM memiliki hubungan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,228 memiliki arti bahwa variabel layanan ATM memiliki pengaruh 22,8% terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan dan

77,2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak termasuk dalam model.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a) Model

Analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh dari layanan internet banking, mobile banking, dan ATM terhadap kepuasan nasabah Bank Bri Syariah Kcp Magetan. Hasil dari analisis regresi berganda bisa dilihat pada Tabel 4.20.

Tabel 4.19

Hasil Regresi Linier Berganda X1, X2, X3 terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	7.050			1.854	
	internet_banking	.160	.049	.335	3.236	.002	.695	1.439
	mobile_banking	-.078	.085	-.103	-.911	.364	.581	1.721

ATM	.206	.050	.415	4.126	.000	.733	1.36
							4

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=7,050+0,160X1-0,078X2+0,206X3+\varepsilon$$

1) Konstanta (b0)

Nilai konstanta (b0) sebesar 7,050 menunjukkan bahwa apabila variabel layanan internet banking, mobile banking dan ATM diasumsikan konstanta atau sama dengan nol maka Kepuasan nasabah adalah 7,050.

2) Koefisien (b1) untuk variabel X1 (layanan internet banking)

Nilai koefisien regresi linier internet banking sebesar 0,160. Hal ini menyebabkan bahwa semakin tinggi layanan internet banking maka kepuasan nasabah semakin tinggi. Jika layanan internet banking meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan meningkat 0,160 dengan asumsi variabel lain tetap.

3) Koefisien (b2) untuk variabel X2 (layanan mobile banking)

Nilai koefisien regresi linier layanan mobile banking sebesar -0,078. Hal ini menyebabkan bahwa semakin tinggi layanan mobile banking maka kepuasan nasabah semakin menurun. Jika layanan

mobile banking meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan menurun 0,078 dengan asumsi variabel lain tetap.

4) Koefisien (b3) untuk variabel X3 (layanan ATM)

Koefisien regresi linier layanan ATM sebesar 0,206. Hal ini menyebabkan bahwa semakin tinggi layanan ATM maka kepuasan nasabah semakin meningkat. Jika layanan ATM meningkat 1 satuan maka kepuasan nasabah menggunakan internet banking di Bank BRI Syariah KCP Magetan meningkat 0,206 dengan asumsi variabel lain tetap.

a) Uji F

Nilai statistik F untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai α ditentukan sebesar 0,05 atau 5%.

Untuk melakukan uji nilai F ini, peneliti akan menggunakan *statistic for service solution* (SPSS) dan pada uji ini H_{04} akan ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. Hasil uji F ditunjukkan pada Tabel 4.21 sebagai berikut:

Tabel 4.20**Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	112.336	3	37.445	13.838	.000 ^b
	Residual	251.664	93	2.706		
	Total	364.000	96			

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan pengujian Tabel 4.21 diperoleh nilai sig = 0,000 < 0,05 maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima artinya, layanan internet banking, mobile banking dan ATM berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan secara simultan.

b) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1) Tingkat signifikan yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria

jika $|t_{hitung}| > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

2) Jika $|t_{hitung}| < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Adapun untuk uji statistik tersebut adalah sebagai berikut:

1) Pengujian koefisien regresi variabel layanan internet banking

H_{a5} : layanan internet banking berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

H_{05} : layanan internet banking tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

2) Pengujian koefisien regresi variabel layanan mobile banking

H_{a6} : layanan mobile banking berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

H_{06} : layanan mobile banking tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan..

3) Pengujian koefisien regresi variabel layanan ATM

H_a : layanan ATM berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

H_{07} : layanan ATM tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

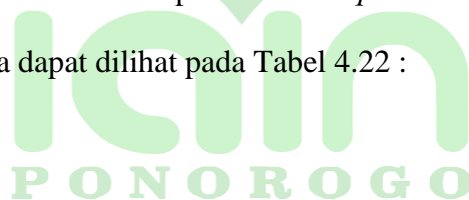
Berdasarkan Tabel 4.20 diperoleh hasil sebagai berikut:

1) Pengujian pengaruh X_1 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi

uji t sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga H_{05} ditolak dan H_{a5} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa layanan internet banking berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 0,160 memiliki arti X_1 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y .

- 2) Pengujian pengaruh X2 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,0364 < 0,05$ sehingga H_{06} ditolak dan H_{a6} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa mobile banking berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar $-0,078$ memiliki arti X2 mempunyai arah pengaruh negatif terhadap Y.
- 3) Pengujian pengaruh X3 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_{07} ditolak dan H_{a7} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa ATM berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar $0,206$ memiliki arti X3 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y.
- c) **Koefisien determinasi (*R Square*)**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besar pengaruh antara X1, X2 dan X3 terhadap Y. Nilai *R Square* hasil pengujian regresi linier sederhana dapat dilihat pada Tabel 4.22 :



Tabel 4.21

Hasil Koefisien Determinasi X1, X2 dan X3 terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.556 ^a	.309	.286	1.64501	1.723

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2021

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.22 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,556 menunjukkan bahwa hubungan antara internet banking, mobile banking dan automatic teller machine (ATM) terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan tergolong kuat karena R yang dihasilkan mendekati angka 1. Nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,309 memiliki arti bahwa internet banking, mobile banking dan automatic teller machine (ATM) memiliki pengaruh sebesar 30,9% terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan dan 69,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang tidak ada dalam model.

E. Analisis Pembahasan

Berdasarkan hasil dari analisis yang telah dilakukan, maka pembahasan mengenai hasil penelitian ini ialah sebagai berikut:

- 1. Pengaruh layanan internet banking Terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.**

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh bahwa layanan internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.14 sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan kualitas layanan internet banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Magetan. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kualitas layanan internet banking dengan kepuasan nasabah. Apabila kualitas layanan internet banking ditingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,177 memiliki arti bahwa variabel layanan internet banking memiliki pengaruh sebesar 17,7% terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan dan 82,3% dipengaruhi oleh faktor yang tidak ada dalam model.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan teori yang dipaparkan oleh Thomas, dkk yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mei Sadatul Chusna (2014) dengan judul “Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” Yang menunjukkan bahwa internet banking berpengaruh

terhadap kepuasan nasabah. Sehingga internet banking merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya internet banking akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan internet banking pihak bank sebaiknya terus berupaya memberikan informasi tentang fasilitas layanan salah satunya internet banking yang ada di Bank BRI Syariah khususnya kepada nasabah, dengan cara ketika nasabah membuka rekening baru dapat diinformasikan mengenai fasilitas layanan internet banking yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah.

2. Pengaruh layanan mobile banking Terhadap kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh bahwa variabel layanan mobile banking berkoefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.16 yang diperoleh nilai $0,004 > 0,05$ sehingga H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,086 memiliki arti bahwa variabel layanan mobile banking

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal ini juga menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat layanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh may fanny eka putri yang menyatakan bahwa semua variabel kualitas pelayanan elektronik secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna mobile banking dan didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Choirul hadi nawawi (2019) dengan judul “pengaruh layanan internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine terhadap tingkat kepuasan nasabah bank muamalat kantor cabang kediri”. Dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel internet banking, variabel mobile banking, dan variabel automatic teller machine berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah bank.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan layanan mobile banking pihak bank sebaiknya untuk terus berupaya meningkatkan kualitas layanan yang ada pada layanan mobile banking, sehingga semakin tinggi tingkat layanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan.

3. Pengaruh Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh bahwa variabel layanan ATM berkoefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa layanan ATM memberikan kesan positif terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.18 yang diperoleh nilai $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,228 memiliki arti bahwa variabel layanan ATM memiliki pengaruh sebesar 22,8% terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan dan 77,2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak ada dalam model. Hal ini juga menjelaskan bahwa semakin baik layanan ATM maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

Hasil ini sesuai dengan teori yang dipaparkan Satria Hendra Sahputra yang menyatakan bahwa penggunaan ATM dapat memberikan kepuasan kepada nasabah perbankan dalam hal pelayanan, jaminan kepastian, pemahaman kebutuhan dan kondisi. Dan didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Husna (2019) “Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh.” Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial variabel Layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

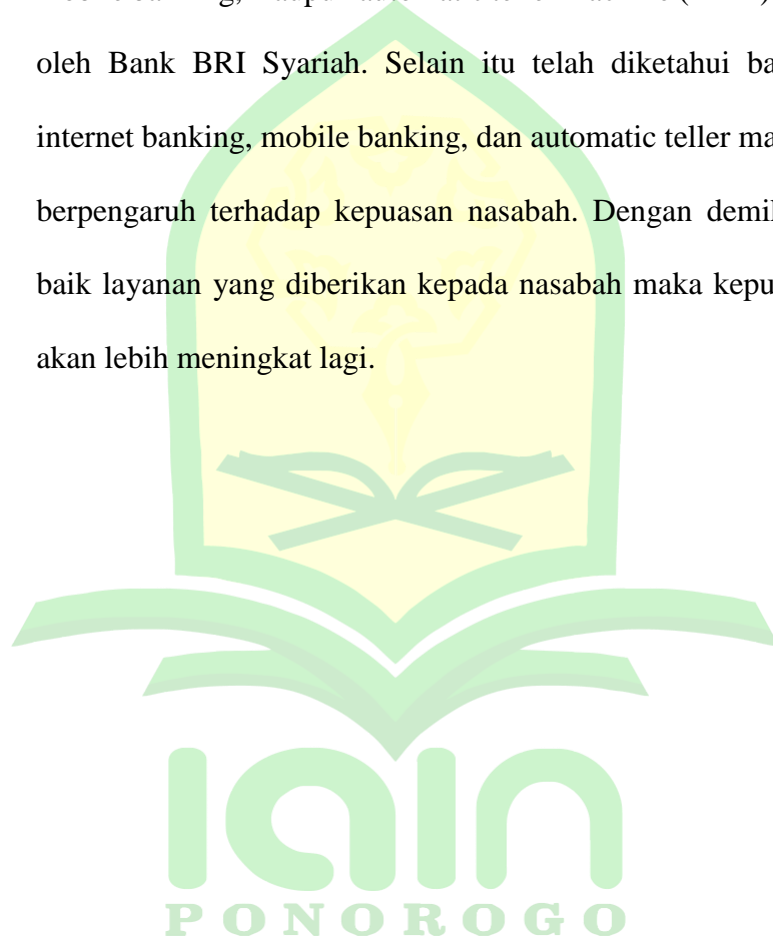
Untuk meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan layanan ATM pihak bank diharapkan untuk terus berupaya meningkatkan kualitas layanan dalam bertransaksi agar nasabah tetap percaya akan keunggulan layanan yang berdampak pada kepuasan nasabah.

4. Pengaruh layanan internet banking, mobile banking, dan ATM Terhadap kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan menunjukkan bahwa layanan internet banking, mobile banking, dan Automatic teller machine (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F mempunyai nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $13,838 > 2,70$ serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi bisa diketahui bahwa variabel layanan internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,309 yang memiliki arti variabel layanan internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan secara simultan sebesar 30,9% dan sisanya sebesar 69,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam model.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabah menggunakan layanan internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine (ATM)

pihak bank diharapkan untuk terus berupaya memberikan informasi tentang fasilitas layanan yang ada di Bank BRI Syariah khususnya kepada nasabah, dengan cara ketika nasabah membuka rekening baru dapat diinformasikan mengenai fasilitas layanan internet banking, mobile banking, maupun automatic teller machine (ATM) yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah. Selain itu telah diketahui bahwa layanan internet banking, mobile banking, dan automatic teller machine (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian semakin baik layanan yang diberikan kepada nasabah maka kepuasan nasabah akan lebih meningkat lagi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan tentang analisis pengaruh layanan internet banking, mobile banking, dan ATM terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan penulis di awal dan hasil pengujian data yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa layanan internet banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan internet banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Magetan
2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t dengan nilai sig sebesar $0,004 > 0,05$ sehingga H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel layanan mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.

3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa layanan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel layanan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan.
4. Layanan internet banking, mobile banking, dan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji F dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel layanan internet banking, mobile banking, dan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Magetan secara simultan.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang sudah dilakukan maka diajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi BRI Syariah disarankan untuk terus berupaya menjaga dan mengembangkan kualitas layanan dan kualitas produk mobile banking seperti menambahkan fitur-fitur ecommerce, pembayaran pajak, pembayaran PAM, dan lain-lain sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah secara maksimal.

2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena dalam penelitian ini diketahui terdapat 69,1% faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Seperti emosional, harga, biaya, dan kemudahan



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Buchory, Herry dan Djasmin Saladin. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya, 2006.
- Carman. *lentera kehidupan*. indramayu: Guepedia, 2019.
- Drs.Danang, Sunyoto. *dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta:CAPS, 2012.
- Engel, James F. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1992.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Griffin, Jill. *customer loyalty menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan edisi revisi terbaru*. jakarta: erlangga, 2003.
- Hendro, Tri dan Conny Tjandra Rahardja. *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.
- Ifham, Ahmad. *Ini Lho Bank Syariah!: Memahami Bank Syariah dengan Mudah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Karim, Kurniati. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya:Cv.Jakad Publishing, 2020.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga,

2009.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat, 2002.

Kotler, Philip. *Marketing Manajemen*. New Jersey: Prentice Hall, 2000.

Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen pemasaran jasa (teori dan praktek) edisi pertama*. Jakarta: salemba empat, 2006.

Latumaerissa, Julius R. *Bank dan Lembaga keuangan lain*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Nelson Tampubolon Dkk. *Bijak Ber-Electronic Banking*. Jakarta: Ojk, 2015.

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

Rivai, Veithzal & Rifki Ismal. *Islamic Risk Management For Islamic Bank*. Jakarta:Pt. Gramedia, 2013.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

Supriyono, Maryanto. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi offset, 2011.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta, 2007.

-----*. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Da R dan D*. Bandung: CV Alfabeta, 2016.

Sutanto, Herry dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Tjiptono, Fandy. *manajemen jasa*. Yogyakarta: penerbit andi, 2006.

----- . *Pemasaran Jasa*. Malang :Bayu Media, 2005.

----- . *Service, Quality & Satisfaction'Edisi 3*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2011.

----- . *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta:ANDI OFFSET, 2014.

Usmara, A. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books, 2003.

Vyctoria. *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*.

Yogyakarta: ANDI, 2013.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia,

2015.

Yusmad, Muammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*.

Yogyakarta: Deepublish, 2018.



JURNAL

Antasari, Arga Satria. ” Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah.” *Jurnal*. Malang: Universitas Brawijaya, 2013.

Novi, Syamsul Hadi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking.” *jurnal*. Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2015.

Sriwidodo, Untung. ” Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah.” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Vol. 10, No. 2*. Surakarta: Universitas Slamet Riyadi, 2010.

Sahanggamu, Stefhanie dkk. “Analisis Kualitas Layanan, Servicescape Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sinarmas Bitung.” *Jurnal Emba Vol.3 No.1*. Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2015.

Yuliaty, Tetty. “Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Aksara.” *Journal Of Business And Banking Vol. 1, No. 1*. Medan: Stie Harapan Medan, 2011.



SKRIPSI

Chusna, Mei Sadatul. "Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung." *skripsi*. Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014.

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

Lestari, Hartuti Candra Puji. "Pengaruh Layanan E-Banking Dan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating." *skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga, 2018.

Nawawi, Choirul Hadi. "Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kc Kediri", *Skripsi*. Kediri: Iain Tulungagung, 2019.

Rahmadana. "Pengaruh Kualitas Mobile Banking, Internet Banking Dan Fasilitas Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Bri Cabang Iskandar Muda Medan." *skripsi*. Medan: universitas sumatera utara, 2019.

R. Paju, Alfonssius. "Pengaruh Kualitas Layanan Internet Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Perbankan Di Denpasar." *Tesis*. Surabaya: Stie Perbanas, 2011.

Sabiyatunnadhif, Ana Rijeki. "Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking, Dan

Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat

Indonesia Kc Tulungagung.” *Skripsi*. Tulungagung: Iain Tulungagung, 2016.

Simamora, Elisabeth R. ”Analisis Faktor – Faktor Yang Membangun Kepuasan

Nasabah Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”, *Tesis*. Semarang:

Universitas Diponegoro, 2007.

WEBSITE

<https://ibank.brisyariah.co.id>, di akses pada 26 februari 2021 pukul 20.05 WIB.

