



Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2019)

Hafidah Ayu Kusnadi¹, Nurbaiti², Nursantri Yanti³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : hafidahayukusnadi@gmail.com¹, nurbaiti@uinsu.ac.id²,

nursantriyanti@uinsu.ac.id³

Abstract: *This research aims to determine the influence of internet banking services, Mobile Banking, and Automatic Teller Machine (ATM) on Satisfaction Sharia Bank Customers in Indonesia (Case Study of Students from the Faculty of Economics and Islamic Business Class of 2019). This study uses a quantitative approach. In this study a questionnaire was used to collect data, and 97 Students at the Faculty of Islamic Economics and Business Class of 2019 were selected as sample using the Accidental Sampling method. Data analysis in research this is quantitative data analysis. Statistical tests are known as Regression Tests Multiple Linear, t-test, f-test, and Coefficient of Determination (R²) are all components of this analysis, and also tests of classical assumptions. Based on testing The hypothesis with the partial T test can be concluded that the internet banking variable mobile banking and ATM partially have a significant effect on satisfaction. Based on hypothesis testing with the Simulta F test, it can be concluded that internet banking, mobile banking and ATM variables together influence the level of satisfaction of Sharia Bank customers.*

Keywords: *Internet Banking, Mobile Banking, Automatic Teller Machine (ATM), Customer Satisfaction.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan internet banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, dan 97 Mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Angkatan 2019 dipilih sebagai sampel dengan menggunakan metode Accidental Sampling. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Uji statistik yang dikenal dengan Uji Regresi Linier Berganda, uji t, uji f, dan Koefisien determinasi (R²) merupakan seluruh komponen analisis ini, dan juga uji asumsi klasik. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji T parsial dapat disimpulkan bahwa variabel internet banking mobile banking dan ATM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji Simulta F dapat disimpulkan bahwa variabel internet banking, mobile banking dan ATM secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah.

Kata Kunci : Internet Banking, Mobile Banking, Automatic Teller Machine (ATM), Kepuasan Nasabah.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan informasi saat ini, yaitu era persaingan bebas, perbankan berlomba-lomba menarik minat nasabah saat ini dan calon nasabah untuk memakai layanan yang diberikan. Hal inilah yang mendorong perusahaan untuk semakin bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan merasapuas pada pelayanan yang diberikan perusahaan. Kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan utama semua bisnis karena teori dan penelitian empiris menghubungkan kinerja bisnis perusahaan dengan kepuasan konsumen.

Pasar jasa keuangan baik lokal maupun luar negeri menjadi semakin kompetitif. Bank yang ingin tumbuh dan mencapai keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan

yang unggul kepada konsumen dibandingkan pesaingnya. Loyalitas dan kepuasan pelanggan berperan dalam kesuksesan suatu perusahaan. (Fandi, 2012:14).

Untuk membangun reputasi positif di antara klien, kebahagiaan pelanggan sangat penting. Perlu diingat bahwa nasabah yang bahagia cenderung akan merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain dan bertahan lebih lama (Yuliaty, 2011:61). Karena menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, dan mencegah churn pelanggan merupakan strategi yang menguntungkan bagi Bank, menjaga kepuasan pelanggan yaitu hal yang sangat penting. Kepuasan pelanggan yang baik akan meningkatkan kepercayaan, pendapatan, dan reputasi bank. dan sebaliknya (Sriwidodo, 2010:165).

Melihat kenyataan saat ini, mayoritas nasabah belum sepenuhnya puas terhadap pelayanan bank konvensional dan bank syariah, karena terdapat sejumlah keluhan nasabah yang belum dapat disikapi dan diselesaikan secara tuntas oleh industri perbankan. Pada saat yang sama, bank syariah sendiri juga perlu memperbaiki sistem operasinya, baik dalam distribusi modal maupun distribusi layanan keuangan syariah, yang tingkat kepuasannya buruk. Oleh karena itu, hal ini memungkinkan layanan perbankan syariah berada pada level yang lebih tinggi dibandingkan layanan perbankan konvensional dalam memberikan kepuasan nasabah. Hal inilah yang dapat dilakukan bank syariah ke depan dengan senantiasa meningkatkan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah dapat merasakan kepuasan lebih dari yang diharapkan.

Berdasarkan hasil prasurvei yakni sejumlah 3.374 mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam pengguna internet banking sebanyak 53 mahasiswa, mobile banking sebanyak 1.520 mahasiswa dan ATM sebanyak 1.801 mahasiswa. Ternyata diantaranya sering mengalami keluhan masalah *Internet Banking, Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)*.

Karena adanya internet di zaman sekarang ini, semua pelaku usaha besar dan UMKM bisa lebih mudah mempromosikan produk dan jasanya sehingga bisa dijangkau oleh lebih banyak orang. Misalnya saja seperti pada industri perbankan, dengan adanya *online banking* dan *mobile banking* seperti ini dapat memudahkan dalam bertransaksi para nasabah atau penggunanya. Pemanfaatan akses internet yang tepat dapat menjadi inovasi digital baik di kota maupun di desa dan melalui inovasi digital akan membantu masyarakat dalam melakukan aktivitasnya dengan lebih mudah. Berkat inovasi digital, masyarakat dapat melakukan aktivitasnya dengan lebih mudah dan cepat. Tentunya dengan harga yang semakin hemat atau terjangkau. Salah satu contohnya yaitu *e-commerce*. Dengan adanya *e-commerce*, masyarakat akan lebih mudah mendapatkan produk yang diinginkannya. Begitu pula bagi para pengusaha,

keberadaan *e-commerce* memudahkan para pengusaha khususnya UMKM untuk memasarkan produknya ke luar daerah.

Dalam kondisi di lapangan peneliti melihat sering terjadi penurunan kualitas layanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia, yaitu akibat adanya penurunan fungsi jaringan pada proses transaksi, sering kali terjadi gangguan pada saat nasabah ingin melakukan transaksi sehingga pelayanan menjadi menurun dan lambat. Hal ini di khawatirkan akan membuat nasabah dapat beralih pada bank lain karena dianggap pelayanan yang buruk, permasalahan ini yaitu hal yang mutlak untuk diperhatikan, dengan bank harus terus mengikuti kompetisi antar bank, meningkatkan kualitas layanan. Tingkat persaingan bank saat ini telah mengubah cara berpikir nasabah dalam memilih bank. Pelanggan mengunjungi bank untuk menyetor dan menarik uang serta untuk melihat lingkungan dan menghargai layanan tingkat tinggi yang ditawarkan oleh lembaga tersebut

Oleh karena itu, perbankan harus bisa meningkatkan mutu layanannya terkait teknologi Internet. Mengingat pertumbuhan pengguna internet dan semakin meningkatnya kebutuhan informasi pelanggan. Layanan internet yang bisa disediakan oleh bank antara lain *internet Banking, Mobile Banking*, kartu ATM, kartu kredit, dll.

Pada masa globalisasi saat ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat dan ditandai pada kemajuan perekonomian global yang bisa mendorong tumbuhnya sektor usaha di industri jasa. Sebagai industri jasa yang memberikan kontribusi pada hasil nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara penyediaan modal masyarakat dan mengarahkannya pada kegiatan ekonomi produktif, sektor perbankan yaitu salah satu sektor jasa yang berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar dan kekayaan sumber daya alam, sektor perbankan lokal memiliki masa depan yang menjanjikan. Perbankan nasional dapat mempunyai peranan yang lebih besar dan vital bagi masyarakat jika kedua potensi tersebut dimanfaatkan secara maksimal. (Kasmir, 2005: 27).

Internet Banking yaitu jenis aktivitas perbankan di mana pengguna melakukan transaksi dan mendapat informasi lainnya melalui situs web bank dengan memakai teknologi Internet. Untuk menghindari keharusan mengunjungi kantor bank, kegiatan ini memanfaatkan internet sebagai perantara atau titik komunikasi antara konsumen dan bank. Pelanggan bisa menghubungkan perangkatnya ke sistem perbankan menggunakan PC, laptop, tablet, atau *smartphone* yang terhubung ke jaringan (Sinnan, 2019).

Mobile banking adalah transaksi perbankan lewat telepon seluler atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* bisa dipakai melalui aplikasi dapat diunduh dan diinstal dari menu yang tersedia. *Mobile banking* menawarkan penggunaan yang lebih mudah dibandingkan SMS

banking, karena pelanggan tidak perlu mengingat format SMS yang akan dikirim ke bank maupun nomor tujuan SMS banking (Sinnan, 2019).

ATM adalah singkatan dari Anjungan Tunai Mandiri atau "*Automated Teller Machine*" pada bahasa Indonesia. ATM merupakan suatu perangkat transaksi yang membantu nasabah dalam melakukan berbagai transaksi dengan menggunakan sistem komputerisasi. ATM ini merupakan salah satu produk perbankan terpopuler karena memungkinkan penggunaanya dengan mudah pergi ke suatu lokasi dan menarikan tanpa harus melalui proses dan jalur seperti penarikan bank. Tujuan menawarkan jasa kepada pelanggan bank adalah untuk menawarkan dukungan. ATM yaitu salahsatu jasa keuangan yang paling banyak dipakai. Karena mengurangi waktu dan ruang bagi perbankan biasa saat memperoleh uang tunai dan melakukan penyetoran, ATM bermanfaat bagi masyarakat. Perbankan untuk, ATM adalah sarana yang lebih murah untuk melakukan operasi rutin dan bebas menjual layanan gratis dengan keuntungan lebih tinggi (Lipis et al, 1992:9).

KAJIAN TEORI

Perbankan Syariah

Perkembangan sistem perbankan syariah Indonesia telah dilakukan untuk menawarkan layanan keuangan alternatif yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Hal ini dilakukan dalam konteks dua sistem perbankan, atau sistem perbankan ganda, berdasarkan Arsitektur Keuangan Indonesia (API). Sistem perbankan tradisional dan sistem perbankan syariah bekerja secara harmonis akan memungkinkan mobilisasi dana masyarakat yang lebihluas guna meningkatkan kemampuan keuangan sektor perekonomian nasional.

Praktik perbankan syariah memberikan alternatif sistem perbankan yang bermanfaat baik bagimasyarakat maupun bank dengan beroperasi berdasarkan gagasan bagi hasil, namun tetap mengedepankan pertimbangan dan keadilan pada bertransaksi, investasi beretika, nilai-nilai kekompakan. persaudaraan produksi dan penghindaran spekulasi dalam transaksi keuangan Dengan menawarkan lebih banyak produk dan layanan perbankan dengan program keuangan yang lebih beragam, perbankan syariah telah menjadi alternatif sistem perbankan terpercaya yang bisa memberikan manfaat bagi semua kalangan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Kepuasan Nasabah

Kata Latin "*satis*" (cukup baik atau cukup) dan "*facio*" (untuk mencapai atau menghasilkan) masing-masing merupakan asal muasal kepuasan dan kepuasan. Sederhananya, kepuasan bisa dilihat sebagai upaya untuk menyelesaikan atau meningkatkan sesuatu (Fandi,

2005). Menurut Khaerul Umam, tingkat kepuasan seseorang ditentukan oleh seberapa baik kinerja produk atau jasa dibandingkan dengan harapannya. (Umam, 2013).

Menurut Encyclopedia of Islam, layanan yang beroperasi sesuai dengan prinsip Syariah sangat penting. Agar Semua pihak harus berpegang pada standar dan nilai-nilai yang terdapat pada ajaran Islam karena pelayanan lebih terkonsentrasi. Padahal legalitas pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan ditekankan dalam Islam paling bahagia (Muhammad, 1999:96).

Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang Islami Rasulullah SAW mengatakan “*Saidul Kaunkhalimuhum*” (pengurus/pengusaha itu adalah pelayan bagi customernya). Karena itu, sikap murah hati, ramah, dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja (Tanjung, 2003). Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Ali’Imran ayat 159 :

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : “ Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal” (Q.S Ali’Imran:159).

Identifikasi pelanggan untuk menilai barang dan jasa perusahaan berdasarkan standar termasuk efisiensi, kompetensi, dan keramahan staf. Pelanggan harus diminta untuk membuat daftar faktor-faktor yang mereka yakini paling penting dalam menentukan kebahagiaan pelanggan secara keseluruhan (Tjiptono, 2014:368).

Internet Banking

Internet banking yaitu bagian dari program *e-banking*. Penerapan teknologi informasi pada *Internet Banking* juga meningkatkan efisiensi, efektivitas dan produktivitas pengguna. Biasanya, ketika menyediakan layanan internet banking, bank memberikan informasi tentang produk dan layanannya melalui portal di internet yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi dan memperbarui data pribadinya. (Yuli, 2022:3).

Furst mendefinisikan internet banking sebagai penggunaan Internet sebagai saluran perluasan jarak jauh agar menyediakan layanan perbankan. Layanan perbankan yang disediakan melalui Internet Banking merupakan layanan yang juga disediakan melalui layanan perbankan tradisional, seperti pembukaan rekening tabungan dan transfer uang antar rekening.

Ada juga jenis layanan baru seperti pembayaran tagihan elektronik yang memungkinkan klien menerima dan membayar melalui internet banking (Lestari, 2018:38).

Mobile Banking

Mobile banking dalam perbankan merupakan evolusi dari 2 bentuk inovasi perbankan sebelumnya, SMS Banking dan *Internet Banking*. Ada banyak kesamaan fungsional antara perbankan online dan *mobile banking*. Ke2 bentuk teknologi informasi perbankan ini sama-sama berbasis platform Internet. (Yusmad, 2018:79). *Mobile banking* yaitu layanan perbankan yang bis diakses langsung melalui jaringan telepon seluler CDMA (*Code Division multiple access*) atau GSM (*Global for Mobile Communication*) dengan memanfaatkan layanan data yang ditawarkan oleh operator telepon seluler, seperti Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya (Supriyono, 2011 :67). Perbankan seluler memungkinkan klien, penyedia seluler, dan bank bekerja sama untuk membuat transaksi menjadi sederhana dan nyaman di mana saja. Bank akan memvalidasi setiap transaksi yang dilakukan pada waktu, hari, tanggal, dan tahun tertentu, transaksi tersebut terjadi. Jika pelanggan yakin bahwa dia belum menyelesaikan transaksi, dia berhak membatalkan transaksi tersebut.

Mobile Banking yaitu salah satu hasil perkembangan teknologi seluler yang dipakai di sektor komersial. *Mobile banking* menggabungkan teknologi informasi dan aplikasi bisnis. Melalui *mobile banking*, pelanggan bisa memanfaatkan jasa 24 jam tanpa harus mengunjungi cabang bank agar melakukan transaksi pribadi. Pelayanan tarik yaitu suatu pelayanan yang diberikan atas dasar kesepakatan antara nasabah dengan bank, dimana bank secara berkala akan mendistribusikan materi yang diinginkan konsumen atau mengikuti pedoman tertentu.

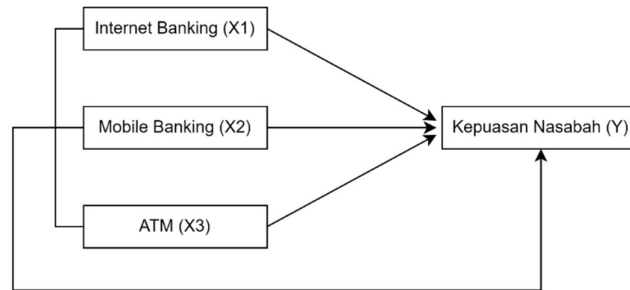
Automatic Teller Machine (ATM)

Automatic Teller Machine (ATM) yaitu sistem layanan yang diberikan kepada pelanggan secara elektronik yang memakai komputer akan memungkinkan pelaksanaan fungsi tertentu secara otomatis yang biasanya dilakukan oleh teller. ATM bisa menggantikan fungsi teller akan melakukan tipe transaksi perbankan tertentu. Akan mengoperasikan ATM, peralatan yang biasanya dibutuhkan adalah kartu plastik dan program identifikasi pribadi (Latumaerissa, 2011:284).

Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atau disebut Anjungan Tunai Mandiri (Robotized Teller Machine), yaitu sebuah gadget elektronik yang memungkinkan pelanggan bank untuk menarik uang tunai dan memeriksa rekening banknya tanpa memerlukan teller atau pegawai bank. Salah satu komponen yang memegang peranan penting pada penggunaan kartu kredit dan cek yaitu Programmed Teller Machine (ATM). ATM yaitu mesin yang bis melayani kebutuhan

pelanggan secara konsekuen kapanpun. Dalam bahasa Indonesia, istilah “anjungan tunai mandiri” mempunyai arti.

Kerangka Teoritis



METODE PENELITIAN

Metode penelitian Pendekatan kuantitatif diterapkan. Teknik penelitian kuantitatif diperlukan untuk menguji populasi atau contoh tertentu, mengumpulkan data karena memakai peralatan penelitian, menganalisis data statistik, dan menguji hipotesis yang telah ditentukan. Metode kuantitatif berfokus pada pengujian teori dengan mengukur faktor-faktor penelitian dan mengevaluasi data secara statistik. (Sujiyanto, 2012:2).

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2019 yang menggunakan bank syariah. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden, pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling* dimana metode pemilihan contoh berdasarkan kebetulan, di mana pelanggan yang secara tidak terduga atau tidak sengaja bertemu pada peneliti bisa dijadikan contoh jika pertemuan tersebut dinilai sesuai untuk sumber data. Menggunakan rumus Slovin dan karakteristik sampel setiap orang yang memakai layanan Internet banking, mobile banking, dan ATM. Teknik analisis data yang digunakan adalah SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reabilitas

Tabel 1

Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Variabel	<i>Corrected item –Total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan

Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2019)

1	Sistem <i>internet banking</i> dilengkapi dengan keamanan yang canggih	<i>Internet Banking (X1)</i>	.810**	0,1996	VALID
2	Transaksi dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam dan tersedianya jaringan internet		.826**	0,1996	VALID
3	Layanan internet banking menyediakan nomor contact layanan yang mudah dihubungi		.826**	0,1996	VALID
4	Pihak bank menjamin kerahasiaan dalam bertransaksi		.798**	0,1996	VALID
5	Bukti transaksi yang diterima jelas dan akurat		.839**	0,1996	VALID
6	Biaya transaksi lebih murah dibanding bank lain.		.743**	0,1996	VALID
1	Transaksi melalui Mobile Banking mudah dan tidak berbelit-belit	<i>Mobile Banking (X2)</i>	.754**	0,1996	VALID
2	Aplikasi mobile banking dapat diunduh melalui handphone		.749**	0,1996	VALID
3	Dapat melakukan tarik tunai tanpa kartu menggunakan handphone		.610**	0,1996	VALID
4	Mobile Banking memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi		.832**	0,1996	VALID
5	Transaksi Mobile Banking dapat digunakan kapan saja selama 24 jam dan tersedianya jaringan internet		.769**	0,1996	VALID

6	Fitur- fitur yang tersedia pada Mobile Banking sesuai dengan kebutuhan kita		.783**	0,1996	VALID
1	Saya menggunakan ATM karena menu ATM mudah dipelajari dan mudah dimengerti	<i>Automatic Teller Machine (ATM) (X3)</i>	.636**	0,1996	VALID
2	Dengan ATM kebutuhan mendesak saya dapat cepat teratasi		.742**	0,1996	VALID
3	Saya puas dengan jumlah mesin ATM yang tersebar dimana mana sehingga dapat memudahkan penarikan maupun setor tunai		.715**	0,1996	VALID
4	Saya puas dengan tidak adanya gangguan jaringan pada saat melakukan transaksi		.713**	0,1996	VALID
5	Saya merasa puas dengan fitur-fitur yang tersedia di mesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan		.746**	0,1996	VALID
6	Dapat melakukan tarik tunai maupun setor tunai		.651**	0,1996	VALID
1	Saya merasa puas dengan tingkat kehandalan pelayanan <i>Internet Banking</i> yang diberikan bank tersebut	Kepuasan Nasabah (Y)	.699**	0,1996	VALID
2	Dilihat dari segi manfaat <i>Internet Banking</i> telah memberikan rasa puas bagi pengguna layanan tersebut		.660**	0,1996	VALID

3	Saya merasa puas dengan tingkat kehandalan pelayanan <i>Mobile Banking</i> yang diberikan bank tersebut	.716**	0,1996	VALID
4	Dilihat dari segi manfaat <i>Mobile Banking</i> telah memberikan rasa puas bagi pengguna layanan tersebut	.676**	0,1996	VALID
5	Saya merasa puas dengan pelayanan mesin ATM yang disediakan oleh pihak bank	.634**	0,1996	VALID
6	Saya merasa puas dengan pemotongan biaya pada saat transaksi antar bank	.613**	0,1996	VALID

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS

Dilihat dari tabel diatas bahwa r hitung untuk masing-masing variabel X1, X2,X3, dan Y lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikan 5%. Sehingga setiap item pernyataan yang berkaitan dengan setiap variabel adalah valid dan dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 2

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Realibitas	Keterangan
<i>Internet Banking (X1)</i>	0.892	0,60	RELIABEL
<i>Mobile Banking (X2)</i>	0.83	0,60	RELIABEL
<i>Automatic Teller Machine (X3)</i>	0.792	0,60	RELIABEL
Kepuasan Nasabah (Y)	0.744	0,60	RELIABEL

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian semua variabel dapat dikatakan reliabel.

Uji Statistik

Tabel 3

Hasil Uji Koefisien Determinasi R2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.431	.412	2.20253

a. Predictors: (Constant), Automatic Teller Machine(ATM) X3, Internet Banking X1, Mobile Banking X2

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0.431 atau 43,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan ATM mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 43,1%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Tabel 4
Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.526	3	113.842	23.467	.000 ^b
	Residual	451.154	93	4.851		
	Total	792.680	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), Automatic Teller Machine(ATM) X3, Internet Banking X1, Mobile Banking X2

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS

Dari uji ANOVA atau Ftest didapat Fhitung sebesar 23.467 adapun untuk nilai Ftabel sebesar 3,09 maka Fhitung (23.467) lebih besar daripada Ftabel (3,09) dengan nilai signifikan 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan ATM secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Tabel 5
Hasil Uji Statistik (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.763	2.271		2.978	.004
	X1	.274	.069	.378	3.985	.000
	X2	.186	.088	.206	2.106	.038
	X3	.254	.084	.255	3.026	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Hipotesis pertama menyatakan pengaruh layanan *Internet banking* terhadap kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar 3.985 sedangkan t tabel sebesar 1.986 . Nilai t hitung > t tabel, artinya bahwa *Internet banking* secara total atau keseluruhan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama dapat diterima.
2. Hipotesis kedua menyatakan pengaruh layanan *Mobile banking* terhadap kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar 2.106 sedangkan t tabel sebesar 1.986. Nilai t hitung < t tabel, artinya bahwa layanan *Mobile Banking* secara total atau keseluruhan tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua tidak dapat diterima.
3. Hipotesis ketiga menyatakan pengaruh ATM terhadap kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar 3.026 sedangkan t tabel sebesar 1.986. Nilai t hitung > t tabel, artinya bahwa layanan ATM secara total atau keseluruhan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua dapat diterima.

Uji Analisis Jalur

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.763	2.271		2.978	.004
	X1	.274	.069	.378	3.985	.000
	X2	.186	.088	.206	2.106	.038
	X3	.254	.084	.255	3.026	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS

Dari hasil table di atas, merupakan hasil uji persamaan regresi menunjukkan bahwa hubungan antara variable bebas dan variable terikat bersifat linear. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas terhadap variable terikat :

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3$$

$$Y = 6.763 + 0.274X1 + 0.186X2 + 0.254X3$$

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta regresi dari persamaan tersebut adalah 6.763 artinya jika variabel X1, X2 dan X3 bernilai 0, maka tingkat kepuasan nasabah adalah sebesar 6.763.
2. Koefisien regresi dari variabel *Internet Banking* (X1) adalah sebesar 0.274, angka ini menunjukkan bahwa apabila layanan *Internet Banking* mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan akan naik sebesar 0.274 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi dari variabel *Mobile Banking* adalah sebesar -0.186, angka ini menunjukkan bahwa apabila layanan *Mobile Banking* (X2) mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan akan turun sebesar 0.186 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.
4. Koefisien regresi dari variabel ATM (X3) adalah sebesar 0.254, angka ini menunjukkan bahwa apabila layanan ATM mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan akan naik sebesar 0.254 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa pengaruh *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah saat menabung di Bank Syariah adalah sebesar 0,274. Artinya jika *internet banking* meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan akan meningkat sebesar 0,274 dengan asumsi variabel lain tidak berubah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah saat membuka tabungan di Bank Syariah. Hasil tersebut juga membenarkan hasil penelitian Eny Kustiyah dan Dewi Wahyuningsih (2016) yang menyatakan bahwa berdasarkan analisis data yang mereka lakukan dapat disimpulkan tentang pengaruh Internet banking terhadap transaksi nasabah secara simultan.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah sebesar -0,186. Artinya apabila *mobile banking* mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan akan turun sebesar 0,186 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah membuka tabungan pada Bank Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh pengaruh ATM terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank Syariah sebesar 0,254. Artinya apabila ATM mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan akan naik sebesar 0,254 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah membuka tabungan pada Bank Syariah. Hasil temuan ini juga

mendukung dengan hasil penelitian dari Tri Yulianto (2015) yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji T disimpulkan bahwa layanan ATM memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 23,467 Sedangkan F_{tabel} sebesar 3,09. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, hal ini berarti bahwa variabel reliability. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Internet Banking, Mobile Banking, ATM* secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah. Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,431 atau 43,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Internet Banking, Mobile Banking* dan ATM mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 43,1%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini juga mendukung dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chairul Hadi Nawawi (2019) yang menyatakan bahwa *Internet banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine (ATM)* berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh internet banking, mobile banking dan ATM terhadap kepuasan yang di dapat dari temuan penelitian yang dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis data mengenai. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian Hipotesis dengan uji F Simultan dapat disimpulkan bahwa variabel internet banking mobile banking, dan ATM secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah.
2. Berdasarkan pengujian Hipotesis dengan uji F Simultan dapat disimpulkan bahwa variabel internet banking mobile banking, dan ATM secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah.
3. Berdasarkan pengujian Hipotesis dengan uji T parsial dapat disimpulkan bahwa variabel internet banking mobile banking, dan ATM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.
4. Berdasarkan pengujian Hipotesis dengan uji T parsial dapat disimpulkan bahwa variabel ATM secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi, Memberikan pengetahuan lebih kepada pembaca sebagai salah satu referensi bagi kepentingan keilmuan dan juga pengetahuan lebih kepada pembaca tentang teknologi internet banking, mobile banking, dan ATM dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.
2. Bagi Pihak Bank, Disarankan kepada seluruh bank syariah di Indonesia untuk menjaga kepuasan nasabah, terus memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah, sebagai salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas usaha. Bisnis adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Misalnya saja menyediakan fitur-fitur yang dapat mendukung customer engagement. Perhatikan keluhan atau keinginan pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan. Pelayanan juga menjadi faktor persaingan antara perusahaan dengan bisnis lain untuk menarik pelanggan dan menjadi pelanggan setia perusahaan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel yang penelitian ini belum dicantumkan dan pengukuran penelitian seperti variabel faktor-faktor apa saja yang dapat menyebabkan meningkatnya kepuasan nasabah terhadap suatu jasa/produk ataupun meneliti Perusahaan/Bank yang berbeda.

REFERENSI

- Abdulkhak, I. dan U. S. (2011). *Penelitian Tindakan dalam pendidikan nonformal*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Anshori, A. G. (2018). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Gadjah Mada University Press.
- Antasari, A. S. (2013). *Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*. Universitas Brawijaya.
- Azwar, S. (1999). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar Offset.
- Chusna, F. dan M. S. (2014). *Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis Reengineering*.
- Fandi, T. (2005). *Pemasaran Jasa*. Bayu Media.
- Fandi, T. (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Andi (Ed.)).
- Fandy Tjiptono, G. C. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Penerbit Andi.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. UNDIP.
- Griffin, J. (2003). *customer loyalty menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan edisi revisi terbaru*. Erlangga.
- Husna, N. (2019). *Pengaruh Layanan Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda*. UIN AR RANIRY.
- James F, E. (1992). *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara.

- Juliansyah, N. (2022). *Metodologi Penelitian*. Kencana Prenada Group.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Kencana.
- Kasmir. (2015). *Dasar - Dasar Perbankan*. Rajawali Pers.
- Lailiah, I. (2021). *PENGARUH LAYANAN INTERNET BANKING, MOBILE BANKING DAN AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BRI SYARIAH KCP MAGETAN*. IAIN Ponorogo.
- Latumaerissa, J. R. (2011). *Bank dan Lembaga keuangan lain*. Salemba Empat.
- Lestari, H. C. P. (2018). *Pengaruh Layanan E-Banking Dan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating*. IAIN Salatiga.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek) edisi pertama*. Salemba Empat.
- Muhammad. (1999). *Pengantar Akuntansi Syari'ah*. PT. Gramedia Pustaka.
- N, N. (2016). The Roles of Information Technology in Islamic Bank Knowledge Management: A study of two Syariah Bank in Palu. *Jurnal Studia Islamika*, 13(2), 181–217.
- Novi, S. H. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*. UII.
- Philip Kotler. (1996). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Indonesia.
- Philip Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran (Indeks (Ed.))*.
- Rahardja, T. H. dan C. T. (2014). *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*. UPP STIM YKPN.
- Rahmani, N. A. B. (2016). *Motodologi Penelitian Ekonomi (FEBI UINSU PRESS (Ed.))*.
- Rianto, A. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Saladin, H. B. dan D. (2006). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Linda Karya.
- Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Islam*. Kencana.
- Sriwidodo, U. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10, 165.
- Sujianto, A. E. (2012). *Pendekatan dan Rancangan Penelitian Populasi, dan Sampel, Variabel Penelitian, Instrumen Penelitian, Tenik Pengumpulan data serta Analisis Data*. Modul belajar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah.
- Sunyoto, D. D. (2012). *dasar-dasar manajemen pemasaran*. CAPS.
- Supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Andi Offset.
- Sutanto Herry, dan U. K. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pustaka Setia.
- Syafina, L. (2018). *Panduan penelitian kuantitatif akuntansi (F. Press (Ed.))*.
- Tanjung, hafihuddin didin dan H. (2003). *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*. Gema Insani.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset.
- Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. (2008).
- Usmara, A. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Amara Books.

- Vyctoria. (2013). *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*. ANDI.
- Yafiz, M. (2022). *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Febi Press Uinsu.
- Yuli, R. S. dan E. F. (2022). Pengaruh Layanan Automatic Teller Machine (ATM), Internet Banking, dan Mobile Banking terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Infokam*, XVIII(No 1), 3.
- Yuliaty, T. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Aksara. *Journal Of Business And Banking*, 1, 61.
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish.