



PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY (SST) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA LAYANAN DIGITAL (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA)

Nurjuni Arnita¹, Miti Yarmunida², & Yenti Sumarni³

^{1,2&3}*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu*
Email : nrjuniarnta@gmail.com, yarmunidamiti@gmail.com, yenti@iainbengkulu.ac.id

ABSTRAK

Self Service Technology (SST) merupakan teknologi yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi ataupun melakukan pelayanan secara mandiri tanpa tergantung pada karyawan, pada dunia perbankan layanan Self Service Technology yang dapat digunakan nasabah yaitu layanan Automatic Teller Machine/ATM dan Mobile Banking guna mempermudah nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Self Service Technology terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital perbankan syariah. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dua variabel independen (Automatic Teller Machine/ATM (X1) dan Mobile Banking (X2)). Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menggunakan layanan Self Service Technology. Teknik sampling penelitian ini adalah purposive sampling dengan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 104 responden. Uji Instrumen dilakukan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Metode analisis data dilakukan dengan uji statistik inferensial dan uji hipotesis dengan alat analisis yaitu regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan Automatic Teller Machine/ATM dan Mobile Banking berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci : *Self Service Technology, Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Kepuasan Nasabah.*

ABSTRACT

Self-service technology (SST) is a technology that enables customers to transact or perform services independently without depending on employees. In the world of banking, self-service technology services that can be used by customers are automatic teller machine/ATM services and mobile banking to make it easier for customers. This study aims to explain the effect of self-service technology on customer satisfaction using Islamic banking digital services. The variables used in this study are two independent variables (automatic teller machine/ATM (X1) and mobile banking (X2)). This research method uses quantitative methods with data collection techniques through distributing questionnaires to customers of Bank Syariah Indonesia (BSI) who use self-service technology services. The sampling technique for this research was purposive sampling with a sample of 104 respondents. Instrument test was carried out using validity and reliability tests. The method of data analysis was carried out by inferential statistical tests and hypothesis testing by means of analysis, namely multiple linear regression. The results of the study show that automatic teller machine/ATM and mobile banking services have a positive effect on customer satisfaction using Bank Syariah Indonesia's digital services.

Keywords : *Self Service Technology, Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan atau instansi tertentu, khususnya perbankan, untuk memaksimalkan kinerjanya. Kemajuan teknologi yang pesat akan berdampak besar pada semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi informasi berbasis sistem, khususnya internet, berdampak sangat cepat terhadap proses bisnis perbankan. Industri perbankan merupakan sektor industri yang banyak memanfaatkan teknologi informasi. Dengan demikian, penggunaan teknologi informasi perbankan akan memudahkan kegiatan operasional serta pelayanan kepada nasabah dan masyarakat luas (Saputri, 2020).

Perkembangan dan pertumbuhan perbankan di Indonesia semakin maju dan berkembang. Transaksi di perbankan syariah tidak boleh mengandung unsur *riba*, sebagaimana firman Allah SWT menjelaskan larangan *riba* dalam Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 130 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا
مُّضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (١٣٠)

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan (Q.S. Al-Imran ayat 130).*

Berdasarkan ayat di atas, dijelaskan bahwa ketika kita bertransaksi Allah SWT melarang kita memakan *riba*, termasuk transaksi melalui anjungan tunai mandiri (ATM) dan *mobile banking*. Dalam perbankan, *riba* disebut dengan bunga, yaitu persentase besar yang diberikan bank kepada nasabahnya.

Dunia perbankan Indonesia juga telah berubah, dengan beralihnya bisnis perbankan dari melayani perusahaan (*corporate banking*) menjadi lebih fokus melayani individu (*customer banking*). Pergeseran perbankan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah masyarakat yang memilih bank, khususnya untuk layanan perbankan. Akibat

situasi tersebut, persaingan di sektor perbankan semakin meningkat sehingga menuntut bank untuk lebih inovatif, khususnya dalam pengembangan produk dan layanan yang diberikan kepada nasabah (Wicaksono et al, 2015).

Dalam perkembangan era modern sekarang banyaknya nasabah lebih memilih melakukan transaksi secara mandiri sehingga bank memberikan layanan berbasis teknologi atau dikenal dengan *Self Service Technology* yang mana *Self Service Technology* memberikan kemudahan bagi nasabahnya dalam melakukan pelayanan bertransaksi secara mandiri dengan begitu nasabah merasa kebutuhannya sudah terpenuhi dengan baik dan menimbulkan kenyamanan maupun kepuasan dalam penggunaan layanan berbasis teknologi pada nasabah (Annisa, 2021).

Layanan digital yang disediakan oleh bank-bank melalui *Self Service Technology* (SST) yang merupakan pelayanan digital yang dilakukan nasabah/masyarakat secara mandiri, antara lain adalah *Automatic Teller Machine/ATM* atau dalam bahasa Indonesia Anjungan Tunai Mandiri merupakan kartu yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis melalui mesin ATM selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur tanpa harus membawa uang tunai dalam bertransaksi dan tidak perlu datang ke bank. Selain itu juga memberikan layanan *Mobile Banking*, yang merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh perbankan yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*.

Bank Syariah Indonesia adalah salah satu bank syariah di Indonesia (BSI). BSI ini merupakan hasil merger dari tiga bank yakni Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang bergabung pada tanggal 1 Februari 2021 menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Merger ini bermaksud menyatukan kekuatan ketiga bank syariah agar bisa memberikan pelayanan yang lebih baik, lebih lengkap, jangkauan lebih luas, dan mempunyai

kapasitas permodalan yang kian baik (Sartika, 2022).

Dalam proses pengembangan-nya, Bank Syariah Indonesia (BSI) menerapkan strategi baru guna memperluas upaya peningkatan laba, yakni Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak hanya melakukan kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran kredit, tetapi pelayanan mulai ditingkatkan guna mendapat *fee based income* sebagai cara menambah keuntungan bank. Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan seperti Anjungan Tunai Mandiri/ATM dan *Mobile Banking*. Karena bank saat ini dapat melakukan transaksi antar bank dalam waktu yang tidak terbatas, maka bergabungnya bank dalam jaringan Anjungan Tunai Mandiri/ATM dan *Mobile Banking* dapat mewujudkan sistem pembayaran nasional. (Arthesa & Handiman, 2006)

Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada nasabah perbankan telah menghasilkan penyediaan mesin anjungan tunai mandiri (ATM) dan alat pembayaran *Mobile Banking* oleh bank kepada konsumen. Kemajuan teknologi di bidang elektronika telah memberikan beberapa manfaat bagi masyarakat pada umumnya dan dunia perbankan pada khususnya di era kontemporer ini. Layanan perbankan yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan sehingga layanan dengan cara tradisional yang membutuhkan antrean panjang sudah tidak sesuai lagi.

Kepuasan nasabah diukur dari kualitas kinerja produk dan layanan yang dicari nasabah, oleh karena itu bank mengutamakan kualitas kinerja. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap layanan yakni harapan nasabah terhadap kualitas kinerja layanan (*Expected Quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas kinerja layanan (*Perceived Quality*). Pelanggan selalu mengevaluasi layanan yang mereka terima dibandingkan dengan apa yang mereka harapkan atau inginkan (Sartika, 2022).

Penelitian Wicaksono et al, (2015) diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh antara *Self Service Technology* terhadap

kepuasan nasabah. Tersedianya layanan teknologi ini memudahkan konsumen untuk bertransaksi menggunakan layanan teknologi bank terkini yang berdampak dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Azisyah (2016) tentang pengaruh *Self Service Technology*, kualitas layanan, hubungan pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank Negara Indonesia (BNI) di Surabaya menunjukkan hubungan antara *Self Service Technology* terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil yang tidak signifikan.

Berdasarkan hal tersebut di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian peneliti sebelumnya dengan mengambil penelitian *Self Service Technology* “Pengaruh *Self Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia)”.

TINJAUAN PUSTAKA

Self Service Technology

Self Service Technology secara umum didefinisikan sebagai teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk bertransaksi ataupun melakukan pelayanan secara mandiri seperti halnya layanan yang dilakukan secara langsung. Pengguna teknologi *Self Service Technology* (SST), seperti *On-Line System*, *Mobile Banking* yang biasanya berbasis handphone/gadget (*Phone Banking*), *Internet Banking*. Penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*) merupakan strategi suatu bank dalam mempertahankan dan memuaskan pelanggan yakni nasabah serta untuk menciptakan keunggulan kompetitif sebagai upaya agar mampu bersaing dengan bank lainnya (Wicaksono et al, 2015).

Self Service Technology adalah teknologi yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi atau melakukan layanan secara mandiri sehingga memudahkan nasabah untuk mengakses bank tanpa harus antri, serta mudah digunakan di mana saja dan kapan saja dengan menggunakan layanan perbankan berbasis teknologi.

Menurut (Davis, 1989) Kemudahan penggunaan adalah tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi informasi itu sederhana dan tidak memerlukan banyak usaha dari pihak penggunanya.

Layanan Self Service Technology:

Automatic Teller Machine

Automatic Teller Machine (ATM) atau yang lebih dikenal dengan nama Anjungan Tunai Mandiri merupakan suatu terminal/mesin komputer yang terhubung dengan jaringan komunikasi bank, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi keuangan secara mandiri tanpa bantuan dari teller ataupun petugas bank lainnya. Selain di kantor bank, saat ini nasabah dapat dengan mudah menemukan mesin ATM di berbagai tempat, seperti restoran, pusat perbelanjaan, bandar udara, pasar, dan lokasi-lokasi strategis lainnya (Tampubolon, 2015).

Setiap pemilik kartu ATM memiliki *Personal Identification Number* (PIN) yaitu nomor identifikasi untuk seorang nasabah pemegang kartu ATM dan hanya yang bersangkutan sendiri yang mengetahuinya. ATM itu sendiri merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dan 7 hari atau satu minggu termasuk hari libur (Evilianto, 2014).

Melalui ATM, nasabah bank dapat mengakses rekeningnya untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, yaitu transaksi penarikan tunai dan transaksi non tunai, seperti pengecekan saldo, pembayaran tagihan kartu kredit, pembayaran tagihan listrik, pembelian pulsa, dan sebagainya.

Mobile Banking

Mobile Banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *Mobile Banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang

dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Fitur-fitur layanan *Mobile Banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya (Tampubolon, 2015).

Transaksi *Mobile Banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Keuntungan yang diperoleh nasabah selain menghemat waktu, nasabah juga dapat mengontrol rekening mereka dan melakukan transaksi perbankan hanya dengan menggunakan ponsel.

Kepuasan Nasabah

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan dapat di definisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan maka konsumen tidak puas, sebaliknya bila kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas dan konsumen akan sangat puas jika kinerjanya melebihi harapan. Kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja suatu barang atau jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan (Kusumasitta, 2014).

Pelanggan atau nasabah merupakan konsep utama mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan. Dalam hal ini pelanggan memegang peranan yang penting untuk mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diterima. Pemahaman mengenai suatu pelanggan telah mengalami perkembangan dari pandangan tradisional ke pandangan modern. Definisi pelanggan dalam pandangan tradisional adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan tersebut.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono et al, (2015) dengan judul Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Dan Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *self service technology* terhadap kepuasan nasabah. Dengan adanya layanan teknologi ini mempermudah nasabahnya untuk melakukan transaksi melalui layanan teknologi yang ada pada bank sehingga berpengaruh dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Azisyah (2016) dengan judul Pengaruh *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI di Surabaya, menunjukkan hubungan antara *self service technology* terhadap kepuasan nasabah menunjukkan hasil yang tidak signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Asti Marlina dan Bimo (2018) dengan judul Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank, menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif penggunaan Digital Banking di BTN Syariah dengan kepuasan nasabah. Selama ini nasabah sudah merasa puas dan terbantu dengan adanya digital banking.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahrun (2020) dengan judul Pengaruh *Self Service Technology* dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada

Erahn.Id), menunjukkan bahwa variabel *Self Service Technology* dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan layanan digital *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking (Self Service Technology)*. Adapun jumlah sampel penelitian ini yaitu 104 orang. Tahap uji instrumen dilakukan untuk menganalisis validitas dan reabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Data ini menggunakan teknik observasi dengan menyebarkan kuesioner dengan skala *likert*. Pengujian selanjutnya yaitu pengujian hipotesis dengan menganalisis determinasi, pengujian hipotesis secara parsial dan pengujian hipotesis secara simultan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda (Kusumasitta, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil tabulasi data jawaban responden diperoleh data responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 31 orang atau 30% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 74 orang atau 70%.

Adapun hasil uji keabsahan data menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2,631	1,373	
Automatic Teller Machine (X1)	,459	,103	,272
Mobile Banking (X2)	,777	,070	,680

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Sumber : Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh persamaan $Y = 2,631 + 0,459X_1 + 0,777X_2 + e$. Hasil ini menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta (a) adalah sebesar 2,631 ini dapat diartikan jika nilai dari masing-masing variabel X nilainya 0 dianggap konstan, maka kepuasan nasabah nilainya yaitu 2,631.
2. Koefisien regresi X1 (Layanan *Automatic Teller Machine/ATM*) dari perhitungan linier berganda maka dapat dilihat sebesar 0,459 dimana hal ini berarti menunjukkan setiap ada peningkatan *Automatic Teller Machine/ATM* sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,459. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *Automatic Teller Machine/ATM* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya jika layanan *Automatic Teller Machine/ATM* mengalami kenaikan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami kenaikan atau bertambah.
3. Koefisien regresi berganda X2 (*Mobile Banking*) dari perhitungan regresi linier berganda dapat dilihat sebesar 0,777 hal tersebut berarti setiap ada peningkatan nilai *Mobile Banking* sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,777. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya jika layanan *Mobile Banking* mengalami kenaikan

maka kepuasan nasabah juga akan mengalami kenaikan atau bertambah.

Uji Hipotesis Parsial dan Simultan

1. Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa t_{hitung} koefisien *Automatic Teller Machine/ATM* = 4,455 dan sig. 0,000. Dengan demikian bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan t_{hitung} (4,455) > t_{tabel} (1,986) maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa layanan *Automatic Teller Machine/ATM* secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa t_{hitung} koefisien *Mobile Banking* = 11,129 dan sig. 0,000. Dengan demikian bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan t_{hitung} (11,129) > t_{tabel} (1,986) maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa layanan *Mobile Banking* secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} = 158,594 dan sig. 0,000. Dengan demikian bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan F_{hitung} (158,594) > F_{tabel} (3,09) maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa layanan *Automatic Teller Machine/ATM* dan *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 2. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,871 ^a	,758	,754	1,795

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

Sumber : Data Olahan (2022)

Keterangan:

1. Hubungan parsial antara layanan *Automatic Teller Machine/ATM* dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan

nasabah sebesar 0,871 yang berarti korelasi sangat kuat.

2. Hubungan parsial antara layanan *Automatic Teller Machine/ATM* dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan

nasabah adalah sebesar 0,758 yang berarti sebesar 75,8% layanan *Automatic Teller Machine/ATM* dan *Mobile Banking* mempengaruhi kepuasan nasabah, sedangkan sisanya sebesar 24,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pengaruh Layanan Automatic Teller Machine/ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia.

Dari nilai pada *Cronbach's Alpha* dan pada *Corrected Item Total Correlation*, data *Automatic Teller Machine/ATM* teruji reliabel dan valid. Dari nilai tabel *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,455 dan t_{tabel} sebesar 1,986 dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Automatic Teller Machine/ATM* secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian artinya jika layanan *Automatic Teller Machine/ATM* mengalami kenaikan maka akan berpengaruh kepada kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan bersama penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan oleh Grace dan Novander (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh *Automatic Teller Machine* dan *Short Message Service Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah” yang menunjukkan bahwa kualitas *Automatic Teller Machine/ATM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena dengan adanya anjungan tunai mandiri/ATM memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi perbankan secara mandiri yang dapat dimanfaatkan untuk tarik tunai tanpa harus mengantre lama di bank.

Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia

Dari nilai pada *Cronbach's Alpha* dan nilai pada *Corrected Item Total Correlation*, data *mobile banking* teruji reliabel dan valid. Dari nilai tabel *coefficients* diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11,129 dan t_{tabel} sebesar 1,986 dengan nilai

sig. sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Mobile Banking* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian jika layanan *mobile banking* ini mengalami kenaikan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang juga akan meningkat/bertambah.

Dimana hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Markonah (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta” hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sehingga semakin bagus pelayanan maka nasabah semakin puas. Dimana penelitian ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marlina dan Bimo (2018) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif penggunaan digital banking di BTN Syariah terhadap kepuasan nasabah. Karena dengan adanya *Mobile Banking* ini mampu membuat nasabah merasa nyaman dalam bertransaksi sehingga nasabah juga sudah merasa puas dan terbantu dengan adanya layanan digitalisasi ini.

Terdapat Pengaruh Layanan Automatic Teller Machine/ATM, Layanan Mobile Banking Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan uji hipotesis f, diketahui bahwa *Automatic Teller Machine/ATM* dan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 75,8% dengan tingkat keeratan sangat kuat, sedangkan sisanya sebesar 24,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini membantah penelitian yang dilakukan Azisyah (2016) dengan judul “Pengaruh *Self Service Technology*, Kualitas Layanan, Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI di Surabaya” bahwa *Self Service Technology*

berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan atau uji F dapat disimpulkan bahwa *Automatic Teller Machine/ATM* dan *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial atau uji t dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen yaitu *Automatic Teller Machine/ATM* dan *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, Shelly. 2021. Pengaruh Layanan, Fasilitas, dan Self Service Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Arthesa, Ade., & Handiman, Edia. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Pustaka Indeks. Bandung.
- Azisyah, Devi Ayu. 2016. Pengaruh Self Service Technology, Kualitas Layanan, Hubungan Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI di Surabaya. *Skripsi*, Sekolah Tinggi Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Davis, Fred D. 1989. Perceived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology, *MIS Quarterly (Online)*, 13(3), p. 319-340.
- Eviliyanto. 2014. Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Perbankan di Kota Surakarta, *Edukasi : Jurnal Pendidikan*, 1(1), p. 49-62.
- Grace, Diana., & Novander. 2017. Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 3(1), p. 39-50.
- Kusumasitta. 2014. Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 7(1), p. 153-176.
- Mahrnun, Robby Syifa'ul. 2020. Pengaruh Self Service Technology dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Erahn.id). *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Markonah. 2017. Analisis Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta. *Paper Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama*, p. 470-488.
- Marlina, Asti., & Bimo, Widhi Ariyo. 2018. Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Inovator*, 7(1), p. 14-34.
- Saputri, Eka Diah. 2020 Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- Sartika, Desi. 2022. Peforma Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Indonesia (BSI) Pasca Merger 3 Bank. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeru Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Tampubolon, Nelson. 2015 *Bijak Ber-eBanking*. Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta.
- Wicaksono, Banar Suryo., Kumadji, Srikandi., & Mawardi, M. Kholid. 2015. Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kepercayaan,

Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis(JAB)*, 25(2), p. 1-10.