

**PENGARUH *INTERNET BANKING*, *MOBILE BANKING* DAN
AUTOMATIC TELLER MACHINE TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
DEMANG LEBAR DAUN PALEMBANG**



Oleh :

CINDY PUTRI NOVIANI

NIM : 1720603080

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
2022**

MOTTO

“I can accept failure, I can't accept not trying”

(Michael Jordan)

“Tiap – tiap tenang pasti senang, tiap – tiap senang belum tentu tenang”

(Ustad Abdul Khoir)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu,
Dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu.

(QS. Al – Baqarah : 216)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan,
Melainkan untuk menguji kekuatan akarnya”

(Ali bin Abi Thalib)

PEDOMAN TRANSLITERASI

Untuk memudahkan dalam peulisan lambing bunyi huruf, dari bahasa Arab ke latin, maka acuan penulisan transliterasi Arab ke Latin bagi mahasiswa S1 Perbankan Syariah UIN Raden Fatah Palembang mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No 158/1987 No. 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1987.

A. KONSONAN TUNGGAL

No.	Nama	Huruf Latin	Keterangan	Huruf Latin
1.	ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
2.	ب	<i>Ba</i>	B	Be
3.	ت	<i>Ta'</i>	T	Te
4.	ث	<i>Sa'</i>	S	Es (dengan titik di atas)
5.	ج	<i>Jim</i>	J	Je
6.	ح	<i>Ha'</i>	H	Ha (dengan titik di bawah)
7.	خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
8.	د	<i>Dal</i>	D	De
9.	ذ	<i>Zal</i>	Z	Zet (dengan titik di atas)
10.	ر	<i>Ra'</i>	R	Er
11.	ز	<i>Ai</i>	Z	Zet
12.	س	<i>Sin</i>	S	Es
13.	ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
14.	ص	<i>Shad</i>	S	Es (dengan titik di atasnya)
15.	ض	<i>Dhad</i>	D	De (dengan titik di atasnya)
16.	ط	<i>Ta'</i>	T	Te
17.	ظ	<i>Za'</i>	Z	Zet (dengan titik di bawah)
18.	ع	<i>'Ain</i>	'	Koma di atas
19.	غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
20.	ف	<i>Fa'</i>	F	Ef

21.	ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
22.	ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
23.	ل	<i>Lam</i>	L	El
24.	م	<i>Mim</i>	M	Em
25.	ن	<i>Nun</i>	N	En
26.	و	<i>W</i>	W	We
27.	ه	<i>H</i>	H	Ha
28.	لا	'	Apostrof	Apostrof
29.	ي	<i>Y</i>	Y	Ye

KONSONAN RANGKAP KARENA SYADDAH DITULIS RANGKAP

عدة	Ditulis	' <i>Iddah</i>
-----	---------	----------------

B. TA' MARBUTAH

1. Bila mati maka ditulis h, kecuali untuk kata – kata Arab yang sudah terserap menjadi Bahasa Indonesia

: ditulis jamaa'ah

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain ditulis t.

: ditulis ni'matullah

: ditulis zakaratul-fitri

C. VOKAL PENDEK

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-----	Fathah	A	A
-----	Kasroh	i	I
-----	Dammah	u	U

D. VOKAL PANJANG

Nama	Tulisan Arab	Tulisan Latin
Fathah + Alif + Ya	جاهلية	Jahiliyyah
Fathah + Alif Layyinah	يسعى	Yas'a
Kasrah + Ya' Mati	كريم	Karim
Dammah + Wawu Mati	فروض	Furud

E. VOKAL RANGKAP

Tanda Huruf	Nama	Gabungan	Nama	Contoh
---ي	<i>Fathah dan Ya' mati</i>	Ai	A dan I (ai)	بيكم
--و	<i>Fathah dan Waw mati</i>	Au	A dan U (au)	قول

F. VOKAL PENDEK YANG BERURUTAN DALAM SATU KATA DIPISAHKAN DENGAN APOSTROF (‘)

أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>

G. KATA SANDANG ALIF + LAM

1. Bila diikuti oleh huruf qomariyah

القران	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القيش	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti oleh huruf syamsiyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf (el) nya

السمء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

ABSTRAK

**PENGARUH *INTERNET BANKING*, *MOBILE BANKING*, DAN
AUTOMATIC TELLER MACHINE TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PT BANK SYARIAH INDONESIA KC DEMANG LEBAR DAUN
PALEMBANG**

Oleh

Cindyputrinoviani@gmail.com

Secara garis besar, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine* terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS 23. Pengumpulan data menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner yang disebar kepada 100 responden pada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang, kemudian dilakukan analisis dengan data yang ada menggunakan Uji Validitas, Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis menggunakan Uji T.

Hasil penelitian menunjukkan hasil variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang. Hasil persamaan yang diperoleh $Y = 0,330 + 0,170 X_1 + 0,232 X_2 + 0,527 X_3$. Variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada BSI KC Demang Lebar Daun Palembang.

Keyword : *Internet Banking*, *Mobile Banking*, *Automatic Teller Machine*, dan *Kepuasan Nasabah*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta anugerahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Internet Banking, Mobile Banking dan Automatic Teller Machine* terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Demang Daun Palembang.”**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak yang telah membimbing serta memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi selama penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Evi Edwin dan Ibunda Jaurah Desri Yanti yang telah memberi kasih sayang, semangat, motivasi serta dukungan moral maupun material yang baik dan doa serta restunya yang selalu menyertaiku.
2. Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag., M.Si. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

3. Bapak D. Heri Junaidi, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Dr. Chandra Zaky Maulana, M.M. selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Ibu Dian Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Prodi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Bapak Dr. Chandra Zaky Maulana, M.M. sebagai pembimbing I dan Ibu Fakhрина, S.Ei., M.Hi. sebagai pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membimbing penulis sehingga penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Ibu Lemiyana, S.E, M.Si sebagai Dosen Penasehat Akademik yang telah banyak membimbing, membantu dan memberikan arahan dalam pemilihan judul penelitian ini serta pemilihan mata kuliah yang diambil selama masa perkuliahan.
8. Segenap Dosen, Staff administrasi dan karyawan pengurus perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
9. Kepala Pimpinan Cabang Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang Bapak M. Heidi Purwanegara yang telah memberikan izin penelitian.
10. Sahabat seperjuangan saya sampai sekarang dan insyaAllah selamanya, Indah Permata Bunda, S.Ag, Nur Fuad, S.Hum dan Rully Julianto, S.M,

yang selalu ada dikala suka maupun duka dalam penulisan serta penyelesaian Skripsi ini.

11. Jajaran saudara – saudara Persaudaraan Setia Hati Terate (PSHT) yang selalu siap memberi semangat dan dorongan selama saya berada di tanah rantauan. Terutama Ustad Abdul Khoir (*Owner Golok Asghar Blade*) yang selalu siap mendengar keluh kesah, memberi pendapat serta nasihat tanpa henti dalam perjalanan susah dan senang saya di tanah rantauan.
12. Seluruh teman – teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, terutama Program Studi S1 Perbankan Syariah angkatan 2017.
13. Saudara – saudara, teman – teman, dan orang – orang baik yang pernah membantu saya dalam hal apapun itu sejak dulu sampai sekarang yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian terhadap saya.
14. Kampus UIN Raden Fatah Palembang yang telah menjadi tempat saya menuntut ilmu selama beberapa tahun ini.
15. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no day off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua amal baik mereka. Kritik dan saran sangat diharapkan dalam membangun Skripsi ini agar lebih baik lagi. Demikianlah Skripsi ini saya buat, semoga Skripsi ini dapat lebih bermanfaat untuk pembelajaran dan pengembangan ilmu pengetahuan bagi kita semua. Aamiin.

Assalamu'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh

Palembang,

Penulis,

Cindy Putri Noviani

NIM. 1720603080

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI	iii
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9

BAB II

LANDASAN TEORI

A. <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	11
1. Pengertian <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	11
2. Tujuan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	11

3. Perspektif <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	12
B. Kepuasan Nasabah	15
1. Pengertian Kepuasan Nasabah	15
2. Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Islam	16
3. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah	17
4. Indikator Kepuasan Nasabah.....	18
5. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah	19
C. <i>Internet Banking</i>	21
1. Pengertian <i>Internet Banking</i>	21
2. Faktor – Faktor <i>Internet Banking</i>	23
3. Indikator <i>Internet Banking</i>	24
D. <i>Mobile Banking</i>	24
1. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	24
2. Faktor – Faktor <i>Mobile Banking</i>	25
3. Indikator <i>Mobile Banking</i>	27
E. <i>Automatic Teller Machine</i>	28
1. Pengertian <i>Automatic Teller Machine</i>	28
2. Faktor – Faktor <i>Automatic Teller Machine</i>	30
3. Indikator <i>Automatic Teller Machine</i>	31
F. Penelitian Terdahulu.....	32
G. Kerangka Pemikiran	34
H. Pengembangan Hipotesis.....	34
1. Pengaruh <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	34

2. Pengaruh <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah	35
3. Pengaruh <i>Automatic Teller Machine</i> Terhadap Kepuasan Nasabah ...	36

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	38
B. Jenis dan Sumber Data	38
1. Jenis Data	38
2. Sumber Data	39
C. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel	40
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Definisi Operasional Variabel	41
1. Kepuasan Nasabah (Y)	41
2. <i>Internet Banking</i> (X1)	41
3. <i>Mobile Banking</i> (X2)	42
4. <i>Automatic Teller Machine</i> (X3)	42
F. Instrumen Penelitian	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	44
G. Teknik Analisis Data	44
1. Uji Asumsi Klasik	45
2. Analisis Regresi Linear Berganda	47

3. Uji Hipotesis.....	48
-----------------------	----

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Objek Penelitian	49
1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang	49
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang	50
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang	51
B. Karakteristik Responden.....	51
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	54
C. Analisis Deskriptif Statistik Variabel.....	55
D. Hasil Uji Penelitian	56
1. Uji Instrumen Penelitian atau Uji Kualitas Data.....	56
2. Uji Asumsi Klasik	59
3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	62
4. Uji Hipotesis.....	63
E. Rekapitulasi Hasil Penelitian	66
F. Pembahasan	66

1. Pengaruh <i>Internet Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	66
2. Pengaruh <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	67
3. Pengaruh <i>Automatic Teller Machine</i> terhadap Kepuasan Nasabah....	68

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	69
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA..... 71

LAMPIRAN 77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	
<i>Research Gap Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah</i>	4
Tabel 1.2	
<i>Research Gap Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah</i>	5
Tabel 1.3	
<i>Research Gap Pengaruh Automatic Teller Machine terhadap Kepuasan Nasabah</i> .	6
Tabel 2.1	
Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	
Tabel Skala Likert.....	41
Tabel 3.2	
Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1	
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2	
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3	
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.4	
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	54

Tabel 4.5	
Hasil Uji Analisis Statistika Deskriptif	55
Tabel 4.6	
Uji Validitas	57
Tabel 4.7	
Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.8	
Uji Normalitas	59
Tabel 4.9	
Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.10	
Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.11	
Uji Linieritas.....	62
Tabel 4.12	
Analisis Regresi Linear Berganda	62
Tabel 4.13	
Uji T	64
Tabel 4.14	
Koefisien Determinasi (R^2)	65
Tabel 4.15	
Rekapitulasi Hasil Penelitian.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	
Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1	
Struktur Organisasi Bank Syariah KC Demang Lebar Daun.....	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Para era globalisasi ini banyak teknologi yang berkembang seiring berjalannya waktu baik di kehidupan sehari - hari maupun di dunia perbankan. Hal itu menyebabkan kebutuhan masyarakat akan teknologi informasi semakin tinggi. Kebutuhan tersebut tidak hanya dibutuhkan oleh kalangan menengah ke atas namun juga dibutuhkan oleh seluruh kalangan masyarakat, khususnya kebutuhan akan informasi terhadap dunia perbankan.

Perkembangan teknologi menyebabkan munculnya berbagai aplikasi bisnis berbasis internet. Pentingnya teknologi informasi dalam dunia bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan ingin menjadi pembangkit daya bisnis global melalui berbagai macam investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce* dan usaha teknologi informasi lainnya.¹ Sejalan dengan tren bisnis perbankan global mengikuti pola perkembangan di negara maju . Perkembangan teknologi informasi yang berkembang sangat cepat pada saat ini mempengaruhi pola kehidupan dan cara berkomunikasi manusia di era global ini adalah teknologi informasi yang dikenal sebagai internet.²

¹ Diana Grace, 2017, "*Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine dan Short Message Service Banking terhadap Kepuasan Nasabah*", Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer, Vol. 3, No. 1

² Isroul Khusna, 2020, "*Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah*", Hal 3

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju pula maka menimbulkan kejahatan yang semakin berkembang juga, khususnya kejahatan pada dunia internet yang biasa disebut dengan *cybercrime*. Hal ini menimbulkan rasa ragu pada nasabah yang menggunakan layanan internet yang disediakan bank. Dengan demikian demi mencapai keamanan yang diharapkan nasabah maka bank terus memantau secara intensif transaksi yang terjadi. Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi personal yang terdapat pada transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat menggunakan transaksi elektronik perbankan seperti layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine*.

Teknologi informasi yang diproyeksi Bank Syariah Indonesia sebagai pelayanan prima yang ditawarkan kepada para nasabah diharapkan dapat melayani secara maksimal dan aman dalam setiap transaksinya. Namun tidak semua nasabah merasa puas dengan layanan transaksi elektronik yang disediakan. Ada persepsi yang berekspektasi atas layanan tersebut dan diharapkan fakta yang terjadi sesuai dengan ekspektasi para nasabah karena kepuasan yang ditawarkan oleh layanan tersebut kepada para nasabah.³

³ Efa Herdayanti, Jati Handayani, Totok Ismawanto, 2019, "*Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan*", Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)

Semakin meningkatnya teknologi informasi maka meningkat pula persaingan antar bank yang semakin berlomba – lomba untuk menarik simpati para nasabah secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah yang bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas adalah nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba atau keuntungan bagi bank.⁴

Menciptakan kepuasan nasabah merupakan salah satu inti dari pencapaian suatu profitabilitas jangka panjang bagi bank. Kepuasan nasabah menggambarkan perbedaan antara harapan dan kinerja (yang nyata diterima oleh nasabah). Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa saja, maka kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen yang menggunakan suatu produk atau jasa tersebut.. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan maka kepuasan akan meningkat.⁵

Kepuasan nasabah merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dari pelanggan terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian atau penggunaan ulang atau kesetiaan nasabah yang berlanjut. Kepuasan nasabah merupakan tanggapan nasabah terhadap suatu produk atau jasa apakah telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk

⁴ Isroul Husna, 2020, *“Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah”*, Hal. 2

⁵ Donni Juni Priansa, 2017, *“Perilaku Konsumen”*, Bandung : Alfabeta, Hal. 35

atau jasa, atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan nasabah berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi nasabah.⁶

Setiap industri perbankan harus memperhatikan dan mempertimbangan kepuasan nasabahnya. Maka dari itu, industri perbankan menyediakan fasilitas *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* guna mencapai kepuasan nasabah tersebut. Masalah yang sering dihadapi di dunia perbankan adalah perusahaan belum mampu memberikan kepuasan nasabah tersebut secara maksimal, hal tersebut biasanya disebabkan oleh beberapa faktor seperti pelayanan yang kurang berkualitas.

Berbicara mengenai hasil akhir yang dirasakan nasabah maka terdapat juga nasabah yang belum merasa puas terhadap kinerja atau layanan yang diberikan suatu perbankan. Beberapa hasil penelitian sebelumnya telah dikumpulkan oleh peneliti dalam bentuk *Research Gap*.

Tabel 1.1
Research Gap Pengaruh Internet Banking
Terhadap Kepuasan Nasabah

	Hasil	Peneliti
Pengaruh <i>Internet Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	<i>Internet Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah	Dedi Hartawan (2017)
	<i>Internet Banking</i> tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	Harbies Suraone (2018)

Disimpulkan dari berbagai sumber, 2021

⁶ Charlie Giovani Gunardi, 2019, "*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku*", Prologia EISSN, Vol. 3, No. 2, Hal. 458

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dedi Hartawan (2017)⁷, menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Harbeis Suraone (2018)⁸, yang menyatakan bahwa *Internet Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.2
Research Gap Pengaruh Mobile Banking
Terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	Hasil	Peneliti
	<i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah	Efa Herdayanti (2019)
	<i>Mobile Banking</i> tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	Melfi Adela (2020)

Disimpulkan dari berbagai sumber, 2021

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Efa Herdayanti (2019)⁹, menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Melfi

⁷ Dedi Hartawan, 2017, "*Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang Palembang*", Jurnal I – Economic, Vol. 3, No. 2

⁸ Harbeis Suraone, 2018, "*Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta*"

⁹ Efa Herdayanti, 2019, "*Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan*", Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)

Adela (2020)¹⁰, yang menyatakan bahwa *Internet Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.3
Research Gap Pengaruh Automatic Teller Machine
terhadap Kepuasan Nasabah

	Hasil	Peneliti
Pengaruh <i>Automatic Teller Machine</i> terhadap Kepuasan Nasabah	<i>Automatic Teller Machine</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah	Diana Grace (2017)
	<i>Automatic Teller Machine</i> tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	Maria Margaretha Prasudayanti (2007)

Disimpulkan dari berbagai sumber, 2021

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Diana Grace (2017),¹¹ menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Margaretha Prasudayanti (2007)¹², yang menyatakan bahwa *Internet Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang dan *Research Gap* di atas terdapat hasil yang masih tidak konsisten, maka peneliti tertarik untuk melakukan

¹⁰ Melfi Adela, 2020, "*Pengaruh Layanan M – Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*"

¹¹ Diana Grace, 2017, "*Analisi Pengaruh Automatic Teller Machine dan Short Message Service Banking terhadap Kepuasan Nasabah*", Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Bina Mulia, Vol. 3, No. 1

¹² Maria Margaretha Prasudayanti, 2007, "*Dampak Penggunaan ATM (Automatic Teller Machine) terhadap Profit dan Kepuasan Nasabah PT Bank Jatim Surabaya*"

penelitian lebih lanjut untuk melihat kemungkinan hasil yang bervariasi pada objek penelitian yang akan dipilih. Maka disini peneliti akan melakukan sebuah penelitian lanjutan yang berjudul : **“Pengaruh *Internet Banking, Mobile Banking dan Automatic Teller Machine* terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang yang dijabarkan sebelumnya maka dapat disusun beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang?
2. Bagaimana pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang?
3. Bagaimana pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang?
4. Bagaimana pengaruh *Internet Banking, Mobile Banking dan Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat diketahui tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk memperoleh hasil analisis bagaimana pengaruh *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang.
2. Untuk memperoleh hasil analisis bagaimana pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang.
3. Untuk memperoleh hasil analisis bagaimana *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang.
4. Untuk memperoleh hasil analisis bagaimana *Internet Banking, Mobile Banking dan Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberi beberapa manfaat antara lain:

1. Bagi Akademisi
 - a. Sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian serupa.

- b. Menambah ilmu pengetahuan ekonomi khususnya ekonomi Islam dalam bidang perbankan syariah.
2. Bagi Penulis

Dapat menambah pengalaman dalam pengetahuan serta menjadi awal pembelajaran untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya di samping sebagai kewajiban dalam penyelesaian Tugas Akhir / Skripsi dan juga memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).
 3. Bagi Praktisi
 - a. Bagi pihak perbankan, dapat menjadi informasi bagi manajemen bank terkait *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* sehingga dapat menambah wawasan nasabah demi untuk meningkatkan kepuasan nasabah bank itu sendiri.
 - b. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat memberi motivasi dan pengetahuan lebih mengenai faktor - faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Palembang berhubungan dengan bank syariah.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan yang digunakan untuk menyusun skripsi ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori - teori yang digunakan dalam penelitian, untuk melandasi pelaksanaan penelitian dari berbagai sumber – sumber referensi buku jurnal yang mendukung kajian dan analisis yang penulis sampaikan, serta penelitian sebelumnya, kerangka berpikir dan hipotesis yang menjadi landasan penulis untuk melakukan penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi konseptual variabel dan definisi operasional variabel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data, hasil uji hipotesis dan pembahasan dari analisis data.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran – saran yang digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

1. Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) atau biasa disebut model penerimaan teknologi merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi komputer. Teori ini pertama kali dicetuskan oleh Davis (Davis M., 1986) dan selanjutnya digunakan serta dikembangkan kembali oleh beberapa ilmuwan contoh Adam et al (1992), Szajna (1994), Igbaria et al (1995) serta Venkatesh dan Davis (2000).

Technology Acceptance Model (TAM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis adalah sebuah aplikasi dan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dispesialisasikan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap sistem informasi.

2. Tujuan Technology Acceptance Model (TAM)

TAM memiliki tujuan untuk menjelaskan dan memprediksikan penerimaan pemakai terhadap suatu teknologi. TAM adalah pengembangan

TRA dan diyakini mampu meramalkan penerimaan pemakai terhadap teknologi berdasarkan dampak dari dua faktor, yaitu perspektif kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan perspektif kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*) (Davis, 1989).

Menurut Davis (1989), TAM adalah sebuah teori sistem informasi yang didesain guna menerangkan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi. TAM mengadopsi TRA dari Fishbein dan Ajzen (Fishbein, 1967) yang digunakan untuk melihat tingkat penggunaan responden dalam menerima teknologi informasi.

3. Perspektif Technology Acceptance Model (TAM)

Konstruksi asli TAM sendiri yang dirumuskan oleh Davis (1989) ada 2 perspektif, yaitu :

a. Internal

1. *Perceived usefulness* (Persepsi kegunaan)

Perspektif penggunaan merupakan suatu fase dimana seseorang percaya bahwa pemakai suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi itu dapat diartikan bahwa kegunaan dari penggunaan TIK dapat menambah kinerja, prestasi kerja siapapun yang menggunakannya.

2. *Perceived ease of use* (Persepsi kemudahan)

Perspektif kemudahan penggunaan dapat meyakinkan pengguna bahwasanya teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka. Davis (1989) dalam bukunya juga menyatakan bahwa perspektif kemudahan pengaplikasian merupakan sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwasanya penggunaan sistem tertentu mampu mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu.

3. *Attitude* (Sikap)

Sikap terhadap pengaplikasian teknologi diartikan sebagai evaluasi dari pemakai tentang keingintahuannya dalam menggunakan teknologi. Sikap terhadap pengaplikasian sesuatu menurut Akers dan Myers (1997) adalah sikap pro atau kontra terhadap pengaplikasian sebuah produk. Sikap pro atau kontra terhadap suatu produk ini dapat diaplikasikan guna memprediksi tingkah laku ataupun niat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya.

4. *Behavioral intention* (Niat perilaku)

Niat perilaku adalah kecenderungan perilaku untuk tetap mengaplikasikan sebuah teknologi (Davis, 1989). Tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat

diprediksi dari sikap serta perhatian sang pengguna terhadap teknologi tersebut.

5. *Actual use* (Penggunaan sebenarnya)

Penggunaan sebenarnya adalah kondisi nyata pengaplikasian sistem (Davis,1989). Seseorang akan merasa senang untuk menggunakan sistem jika mereka yakin bahwa sistem tersebut tidak sulit untuk digunakan dan terbukti meningkatkan produktivitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

b. Eksternal

1. *Experience* (Pengalaman)

Kajian Taylor dan Todd (1995) menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara minat menggunakan suatu teknologi serta perilaku penggunaan (*behavioral usage*) suatu teknologi yang berpengalaman.

2. *Complexity* (Kerumitan)

Thompson et.al (1991) memaparkan bahwa semakin kompleks inovasi, maka akan semakin rendah tingkat pengaplikasiannya.¹³

¹³ https://id.wikipedia.org/wiki/Model_penerimaan_teknologi, diakses pada Februari 2022

B. KEPUASAN NASABAH

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan nasabah berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk / jasa.¹⁴

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.¹⁵ Setelah menggunakan produk, 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. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan nasabah.¹⁶

¹⁴ Freddy Rangkuti, 2013, *“Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001”*, Jakarta : Gramedia Pustaka Umum, Hal 7

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009, *“Manajemen Pemasaran”*, Jakarta : Erlangga, Hal 144

¹⁶ Etta, Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013 *“Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian”*, Yogyakarta : Andi Offset, Hal 181.

2. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam

Produsen haruslah mempunyai intelektual dalam mengembangkan produk dari segi kualitas, harga, bentuk, dan manfaatnya agar konsumen tertarik dan merasa puas terhadap produk yang dipasarkannya. Seperti yang dijelaskan dalam Al Quran Yunus ayat 100 sebagai berikut :

يَعْفُونَ لَا الَّذِينَ عَلَى الرَّجْسِ وَيَجْعَلُ اللَّهُ بِإِذْنٍ إِلَّا تُؤْمِنَ أَنْ لِنَفْسٍ كَانَ وَمَا

Artinya :

"Dan tidak seorang pun akan beriman kecuali dengan izin Allah, dan Allah menimpakan kemurkaan kepada Orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya". (QS. Yunus ayat 100)

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa Allah menganjurkan umatnya untuk menggunakan akalnyanya dalam melakukan segala hal aktivitas yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam. Dan Allah akan menimpakan kemurkaan apabila umatnya tidak menggunakan akalnyanya dalam melakukan suatu aktivitas yang sesuai dengan syariat Islam.

Dalam Islam ketika menciptakan suatu produk atau barang produsen dianjurkan untuk memperhatikan masalah yaitu memperhatikan manfaat dan berkahnya. Selain itu produsen juga dianjurkan untuk mencari keuntungan yang memberikan kemaslahatan tidak hanya untuk diri sendiri melainkan juga untuk konsumen.

Pada prinsipnya produksi Islam mengutamakan keberkahan, maka apabila produsen menjalankan bisnisnya mereka menerapkan prinsip

dan nilai syariat Islam sehingga tidak akan ada produsen yang mau memproduksi produk atau barang yang bertentangan dengan prinsip syariat Islam yang tidak memberikan kemaslahatan bagi umat. Karena dalam memproduksi suatu barang tidak hanya memperoleh keuntungan duniawi saja tetapi mendapat keuntungan akhirat yaitu mengenai pahala.¹⁷

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu :

- a. Kualitas layanan (*Service Quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- b. Kualitas Produk (*Product Quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- c. Harga (*Price*), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
- d. Faktor Situasi (*Situational Factor*), yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.

¹⁷<https://www.kompasiana.com/ayudewi07/59ebe23bff240565b5533eb2/pemenuhan-kepuasan-konsumen-sesuai-etika-bisnis-islam> (Diakses pada Januari 2022)

- e. Faktor Pribadi (*Personal Factor*), yaitu karakteristik nasabah yang mencakup kebutuhan pribadi.¹⁸

4. Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun indikator – indikator dari kepuasan nasabah yaitu :

- a. Kualitas Layanan

Kualitas layanan (*service quality*) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima / peroleh. Nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

- b. Harga

Harga merupakan konsep penting dalam hal kepuasan nasabah, untuk nasabah yang sensitif. Harga yang murah merupakan sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

- c. Kemudahan

Nasabah akan semakin puas apabila merasa mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Dalam hal ini tentu saja bertujuan untuk menjadikan nasabah yang loyal.¹⁹

¹⁸ M Anang Firmansyah, 2018, "*Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*", Yogyakarta : Deepublish, Hal 134.

¹⁹ Khoirini, 2014, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Bank terhadap Kepuasan Nasabah menurut Perspektif Ekonomi Islam*", Hal. 34

d. Kesiediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk yang telah dirasannya kepada teman atau keluarga, meliputi

1. Menyarankan teman atau keluarga untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan karena memuaskan.
2. Menyarankan teman atau keluarga untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan karena fasilitas yang disediakan memadai
3. Menyarankan teman atau keluarga untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat.²⁰

5. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah

Metode yang digunakan dalam mengukur kepuasan nasabah yaitu

a. Sistem Keluhan dan Saran

Memberikan kesempatan seluas - luasnya bagi para nasabah untuk menyampaikan kritik, saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan biasanya kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pula, website dan lain - lain.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu metode ini untuk mengetahui gambaran mengenai kepuasan nasabah adalah dengan memperkerjakan beberapa *ghost*

²⁰ Ratna Dewi, 2020, "Kepuasan Nasabah pada Fasilitas Automatic Teller Machine (ATM) pada PT Bank Muamalat Kota Bengkulu", Hal. 22

shopper untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan pesaing.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seharusnya menghubungi para nasabah yang telah berhenti memakai atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal yang terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

d. *Survei Kepuasan Nasabah*

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan nasabah menggunakan survei, baik melalui pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung.²¹ Pengukuran kepuasan nasabah dengan metode ini dapat dilakukan dengan cara, antara lain :

1. *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran yang dilakukan secara langsung.

2. *Derived Dissatisfaction*

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan pertanyaan. Pertanyaan ini diajukan menyangkut dua hal umum, yaitu besarnya harapan nasabah terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3. *Problem Analysis*

Nasabah dijadikan respon untuk mengungkapkan permasalahan–permasalahan yang mereka hadapi berkaitan

²¹ Syaipullah, 2011, “Pengaruh Kemanfaatan KArtu ATM terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekanbaru”, Hal. 21

dengan penawaran dari perusahaan dan saran – saran untuk melakukan perbaikan.

4. *Importance – Performance Analysis*

Responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut.²²

C. **INTERNET BANKING**

1. **Pengertian *Internet Banking***

Internet merupakan jaringan komputer terbesar di dunia, yang menghubungkan semua jaringan komputer yang ada di setiap wilayah, baik menggunakan media kabel (*wired*) maupun nirkabel (*wireless*). Internet sendiri merupakan teknologi yang sangat umum digunakan saat ini, hampir semua jenis layanan dan aplikasi baik di komputer maupun desktop, komputer jinjing hingga perangkat *mobile*, terhubung ke internet. Hampir semua kegiatan dari kerja hingga kegiatan santai dilakukan di internet oleh masyarakat di era digital ini.²³

Internet Banking adalah layanan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik

²² Tri Yulianto, 2015, “Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah”, Hal. 10

²³ I Putu Agus Eka Pratama, 2014, “Komputer dan Masyarakat”, Bandung : Informatika, Hal 64

bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer *desktop*, laptop, tablet, atau *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank.²⁴

Jenis kegiatan *Internet Banking* dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu :

- a. *Informational Internet Banking*, adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk informasi melalui jaringan internet dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
- b. *Communicative Internet Banking*, adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah dalam bentuk komunikasi atau melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *Internet Banking* secara terbatas dan tidak melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).
- c. *Transactional Internet Banking*, adalah pelayanan jasa bank kepada nasabah untuk melakukan interaksi dengan bank penyedia layanan *Internet Banking* dan melakukan eksekusi transaksi (*execution of transaction*).²⁵

²⁴ <https://www.shinhan.co.id>, diakses pada Januari 2022

²⁵ Mila karomillah, 201, "*Pengaruh Layanan E-Banking terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro – Kebayoran Arcade*", Hal. 22

2. Faktor – Faktor *Internet Banking*

Faktor – faktor yang mempengaruhi nasabah memilih *Internet Banking* antara lain :

a. Mudah diakses

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Mudah diakses adalah situasi dimana nasabah ketika menggunakan layanan internet banking dalam transaksi perbankan dengan mudah dan cepat dapat terhubung dengan pihak bank serta tidak memerlukan waktu yang lama dalam mengakses layanan tersebut, selain itu, layanan ini juga dapat dengan mudah diakses dimanapun dan kapanpun.

b. Tingkat Kepercayaan

Kepercayaan memberikan perspektif pada manusia dalam mempersepsi kenyataan, dalam pengambilan keputusan dan menentukan sikap terhadap objek. Kepercayaan juga merupakan rasa percaya nasabah terhadap keandalan pihak bank dalam menjaga data pribadi atau kerahasiaan akun nasabahnya agar tetap aman dan tidak diketahui oleh pihak lain serta kepercayaan ini muncul karena adanya keyakinan nasabah kepada pihak bank.²⁶

²⁶ Mirnawati Dewi, 2018, "*Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi Nasabah memilih Internet Banking*", Hal. 25

3. Indikator *Internet Banking*

- a. Kemudahan
- b. Kepercayaan
- c. Risiko
- d. Minat Penggunaan²⁷

D. *MOBILE BANKING*

1. Pengertian *Mobile Banking*

Layanan *Mobile Banking* adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank sebelumnya yaitu *SMS Banking* dan *Internet Banking*. Terdapat banyak persamaan secara fungsional antara *Mobile Banking* dan *Internet Banking*. Kedua bentuk teknologi informasi perbankan ini sama – sama berbasis internet.

Layanan *Mobile Banking* digunakan dengan perangkat *smartphone* perangkat seperti *Blackberry*, *Apple*, dan HP dengan sistem operasi berbasis *android* serta *windows*. Nasabah bank syariah dapat menggunakan layanan *Mobile Banking* setelah mengunduh aplikasi aplikasi melalui aplikasi pendukung *smartphone*. Nasabah bank syariah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* tidak dikenakan biaya pulsa HP tetapi menggunakan kuota data internet. Setelah transaksi keuangan nasabah bank syariah hendak digunakan,

²⁷ Austhalina Radditha, 2020, “Pengaruh *Internet Banking* dan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan menjadi Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang”, Hal. 22

barulah bank syariah mengenakan *fee* atas penggunaan layanan *Mobile Banking* seperti biaya transfer ke rekening bank lain, *fee* pembayaran rekening air, telepon, dan *fee* pembelian pulsa HP.²⁸

Pelayanan bank dalam bentuk *Mobile Banking* sepertinya menjadi keharusan. Kebutuhan dunia usaha dan nasabah bank semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi maupun informasi. Untuk itu *Mobile Banking* dapat menjembatani kebutuhan dunia usaha maupun nasabah dalam mempercepat pelayanan bank.

Tujuan dari *Mobile Banking* ini adalah sebagai sarana penyedia *Multi Channel* yang dapat menghemat biaya transaksi bank, memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan memberikan nasabah kebebasan untuk berinteraksi 24 jam sehari dimanapun nasabah berada dan tidak perlu mengantri di teller maupun mesin ATM.²⁹

2. Faktor – Faktor *Mobile Banking*

Faktor – faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan yaitu :

a. Kenyamanan (*Convenience*)

Kenyamanan berarti nasabah merasa bahwa *Mobile Banking* itu fleksibel dalam hal waktu dan tempat. *Mobile Banking* menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang

²⁸ Muammar Arafat Yusmad, 2018, "*Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*", Yogyakarta : Deepublish, Hal 79

²⁹ Ratna Dewi, 2020, "*Kepuasan Nasabah pada Fasilitas Automatic Teller Machine (ATM) PT Bank Muamalat Kota Bengkulu*", Hal. 13

memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun.

b. Kemampuan mengakses (*Accessibility*)

Kemampuan mengakses adalah kemampuan untuk mengakses situs dan menghubungi pihak bank ketika dibutuhkan.

c. Ketersediaan Fitur (*Feature Availability*)

Faktor lain yang penting di dalam kesuksesan *Mobile Banking* yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur yang berbeda pada website. Fitur berarti hal – hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *Mobile Banking*.

d. Privasi (*Privacy*)

Privasi berarti segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi pengguna terjamin kerahasiaannya, tidak ada orang yang mengetahuinya.

e. Kecepatan (*Speed*)

Kecepatan dapat diartikan dengan kecepatan *Mobile Banking* untuk memberikan informasi yang diinginkan pengguna mobile banking.

f. Tarif dan Biaya (*Fees and Charge*)

Mobile Banking memiliki biaya transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan layanan perbankan lain. *Mobile Banking* memudahkan para nasabah untuk

mengakses akun bank mereka, biaya servis yang lebih rendah dan penghematan waktu.

g. Manajemen dan Citra Bank (*Bank Management and Image*)

Reputasi atau lebih dikenal dengan *brand reputation* sering didefinisikan sebagai persepsi kualitas yang digabungkan dengan nama. Pada bisnis – bisnis industri dan jasa, nama (*merk*) lebih sering dihubungkan dengan reputasi perusahaan dari pada dengan produk atau jasa itu sendiri.

h. Desain (*Design*)

Desain didefinisikan sebagai tampilan dari *Mobile Banking* semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh suatu *website* bank, semakin besar pengaruhnya pada kepercayaan konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan transaksi online.

i. Konten (*Content*)

Konten merupakan kemampuan mobile banking untuk menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan.³⁰

3. Indikator *Mobile Banking*

Beberapa indikator penggunaan teknologi informasi mobile banking yaitu sebagai berikut :

³⁰ Isroul Husna, 2020, “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah”, Hal. 14

- a. *Makes job easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah
- b. *Increase productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna
- c. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran
- d. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya³¹

E. AUTOMATIC TELLER MACHINE

1. Pengertian *Automatic Teller Machine*

Automatic Teller Machine (ATM) merupakan sistem pelayanan jasa bank secara elektronik dimana nasabah dapat melakukan transaksi keuangan seperti menarik atau mengambil uang secara tunai dan melihat saldo rekening giro atau rekening tabungan tanpa berhadapan langsung dengan petugas bank, baik di dalam maupun di luar jam kerja. Untuk mengoperasikan ATM biasanya diperlukan peralatan berupa kartu plastik (*plastic card*) dan ode pengenalan diri (*personal identification card*).³²

ATM adalah merupakan sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk

³¹ Saeifah Azareha, 2020, "*Pengaruh Tingkat Penggunaan Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Bengkalis*", Hal. 44

³² Julius R. Latumaerissa, 2012, "*Bank dan Lembaga Keuangan Lain*", Jakarta : Salemba Empat, Hal. 284

mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi yang biasanya dilakukan oleh teller. ATM dapat menggantikan fungsi teller untuk melayani berbagai jenis transaksi perbankan.³³

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah *Automatic Teller Machine* (ATM). ATM ini merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat (24 jam) dan 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Lokasi ATM terletak di tempat – tempat strategis.³⁴

Pelayanan yang diberikan ATM antara lain :

- a. Penarikan tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai di berbagai macam 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.
- e. Dan pelayanan lainnya seperti pembayaran listrik, telepon dan pembayaran lainnya.

³³ Drs. Ismail, MBA., Ak, 2010, "Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi", Jakarta : Kencana, 2010, Hal 174

³⁴ Kasmir, SE., MM, 2007, "*Dasar – Dasar Perbankan*", Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, Hal. 181

Sedangkan pelayanan lainnya yang dapat diberikan oleh ATM adalah :

- a. Praktis dan mudah dalam pengoperasian mesin ATM.
- b. Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.
- c. Menjamin keamanan dan privasi.
- d. Kemungkinan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali sehari.
- e. Terdapat di berbagai tempat – tempat yang strategis.³⁵

2. Faktor – Faktor *Automatic Teller Machine*

Ada beberapa faktor yang berkaitan dengan *Automatic Teller Machine* yaitu :

- a. *Perceived eased of used* (Persepsi kemudahan penggunaan)

Kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang yakin bahwa dengan menggunakan layanan ATM tersebut akan memudahkan pekerjaannya, maka ia akan menggunakan layanan ATM tersebut.

- b. *Trust* (Kepercayaan)

Kepercayaan merupakan komponen yang sangat penting dalam menciptakan hubungan dengan para nasabah. Untuk itu maka bank penyedia layanan ATM sudah seharusnya selalu menjaga kepercayaan (trust) yang telah diberikan oleh nasabah bank.

³⁵ Kasmir, S.E., MM, 2010, "Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya", Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, Hal 348

c. *Perceived risk* (Persepsi risiko)

Melalui layanan ATM, risiko yang dipersepsi oleh nasabah adalah risiko kehilangan data, risiko pencurian, risiko biaya besar dan risiko penipuan. Untuk meminimalkan risiko yang kemungkinan terjadi, maka penggunaan kartu ATM yang diterbitkan di Indonesia saat ini telah menggunakan *chip* dan PIN empat digit.³⁶

3. Indikator *Automatic Teller Machine*

Beberapa indikator *Automatic Teller Machine* antara lain sebagai berikut :

- a. *Tangible* (bentuk fisik), yaitu bukti bentuk fisik pada ATM seperti kebersihan ruangan dan kenyamanan saat memasuki ruangan ATM.
- b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk menyajikan jasa secara akurat serta meyakinkan nasabah terhadap ATM seperti koneksi jaringan internet, ketersediaan uang maupun pengoperasian ATM.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu respon nasabah dalam menanggapi layanan ATM yang disediakan seperti fitur – fitur /

³⁶ Delima Sari Lubis, MA, 2017, “Faktor – Faktor yang mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi Nasabah Perbankan”, *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan*, Vol. 3, No. 1, Hal. 40

jenis transaksi yang ada di ATM dapat memudahkan transaksi dan sebagainya.

- d. *Assurance* (jaminan), yaitu keamanan ATM seperti memberikan pencahayaan / penerangan di ruang ATM, penjagaan seperti CCTV yang selalu aktif, aman dari bahaya, resiko, keraguan dan lain sebagainya.³⁷

F. PENELITIAN TERDAHULU

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa rujukan penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai bahan rujukan. Penelitian terdahulu ini sangat penting serta bermanfaat bagi peneliti. Penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

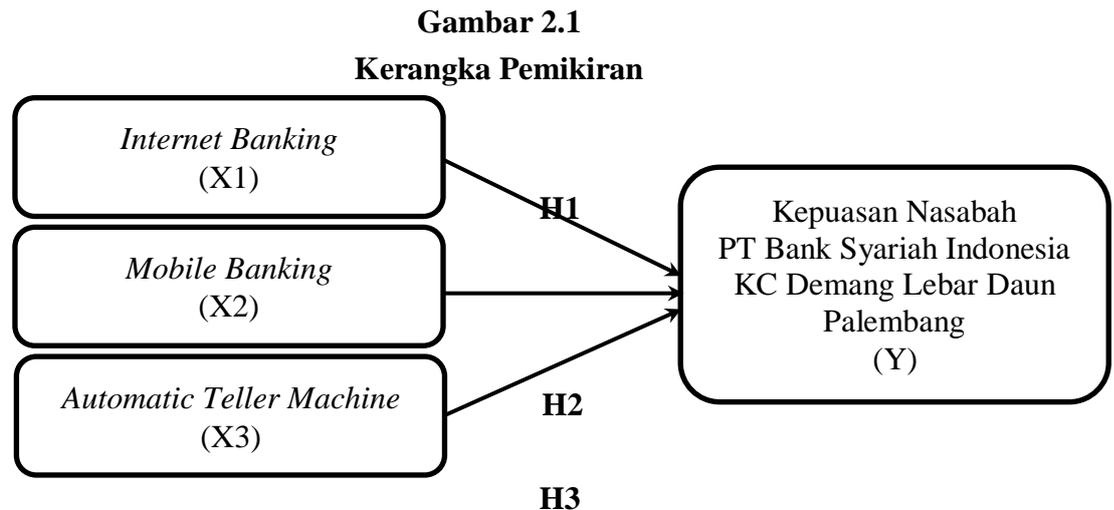
No.	Peneliti	Judul	Hasil
1	Austhalina Raddita 2020	Pengaruh <i>Internet Banking</i> dan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan menjadi Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang	<i>Internet Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
2	Mila Karomillah 2015	“Pengaruh Layanan <i>E-Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro Kebayoran Arcade	<i>Internet Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

³⁷ Nurul Hikmah, 2010, “*Gambaran Layanan ATM (Automatic Teller Machine) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK, Unit Veteran Banjarmasin*”, Hal. 6

3	Dedi Hartawan 2017	Pengaruh <i>Internet Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Palembang	<i>Internet Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
4	Yeni Anda Dwinurpitasari 2019	Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BRI Syariah KCP Ponorogo	<i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
5	Irfan Nurahmadi Harish 2017	Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah	<i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
6	Efa Herdayanti, Jati Handayani, Totok Ismawanto 2019	Analisis Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Balikpapan	<i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
7	Ratna Dewi 2020	Kepuasan Nasabah pada Fasilitas <i>Automatic Teller Machine (ATM)</i> pada PT Bank Muamalat Kota Bengkulu	<i>Automatic Teller Machine</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
8	Diana Grace 2017	Analisi Pengaruh <i>Automatic Teller Machine</i> dan <i>Short Message Service Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BRI Cabang Palu	<i>Automatic Teller Machine</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
9	Tri Yulianto 2015	Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BRI	<i>Automatic Teller Machine</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

G. KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat dikembangkan kerangka pemikiran pada gambar sebagai berikut :



Sumber : Dikembangkan oleh peneliti, 2021

H. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Pada penelitian yang dilakukan oleh Austhalina Raddita (2020) mengenai pengaruh *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mila Karomillah (2015) mengenai pengaruh *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro Kebayoran Arcade.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dedi Hartawan (2017) mengenai pengaruh *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Palembang.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka hasil hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H1 : *Internet Banking* diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yeni Anda Dwinurpitasari (2019) mengenai pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Irfan Nurahmadi Harish (2017) mengenai pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Depok.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Efa Herdayanti, Jati Handayani, Totok Ismawanto (2019) mengenai pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Balikpapan.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka hasil hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H2 : *Mobile Banking* diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap Kepuasan Nasabah

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ratna Dewi (2020) mengenai pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Muamalat Kota Bengkulu.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Diana Grace (2017) mengenai pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Palu.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Tri Yulianto (2015) mengenai pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia.

Berdasarkan penelitian tersebut, maka hasil hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

H3 : *Automatic Teller Machine* diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. LOKASI PENELITIAN

Dalam penelitian, yang menjadi objek penelitian adalah para nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun yang menggunakan layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine*. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia yang terletak pada Jl. Demang Lebar Daun, No. 08, Kel. Lorok Pakjo, Kec. Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

B. JENIS DAN SUMBER DATA

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka – angka. Penelitian menggunakan data kuantitatif adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip – prinsip umum.³⁸ Data penelitian ini yaitu

³⁸ Nikolaus Duli, 2019, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*", Yogyakarta : CV Budi Utama, Hal. 3

berupa hasil kuesioner yang hasilnya didapatkan dari nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang didapat secara langsung melalui kuesioner dari lokasi yang diteliti dan data berupa hasil jawaban para responden.³⁹ Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun yang menggunakan layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine*.

C. POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek / subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰ Populasi juga dapat dikatakan keseluruhan objek pada penelitian. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh nasabah yang ada di Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 29.500 nasabah.

³⁹ Priyino, 2005, "*Penelitian Bisnis : Paradigma Kuantitatif*", Jakarta : Grasindo, Hal. 128

⁴⁰ Sugiyono, 2016, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", Bandung : Alfabeta, Hal. 80

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi penelitian.⁴¹ Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KC Demang Lebar Daun yang menggunakan layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)*.

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan data primer. Data primer adalah data yang didapat peneliti dari sumber pertama, seperti hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner.

Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan atau pernyataan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti.⁴² Untuk memperoleh data, kuesioner dalam penelitian disebarkan kepada responden penelitian dengan kriteria seperti pada bagian teknik pengambilan sampel. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden.⁴³

⁴¹ Sugiyono, 2004, "*Metode Penelitian*", Bandung : Alfabeta, Hal. 73

⁴² Achmadi dan Narbuko, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009, hlm.132

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2009, hlm.132

Pengukuran skala *likert* menggunakan lima kategori dan masing-masing diberi bobot yang berbeda. Penelitian ini akan menggunakan bentuk kategori dan bobot yaitu :

Tabel 3.1
Tabel Skala *Likert*

Kriteria	Skor	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Netral (N)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Dikembangkan oleh peneliti, 2021

E. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

1. Kepuasan Nasabah (Y)

Persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan nasabah terhadap kebutuhannya sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara kepuasan dan hasil.

2. *Internet Banking* (X1)

Internet Banking adalah sarana layanan yang diberikan oleh perbankan yang dilakukan melalui internet dengan menggunakan komputer atau PDA. Dengan memanfaatkan jasa layanan yang

diberikan oleh bank. Nasabah diharapkan lebih mudah dalam melakukan transaksi dan terpuaskan dengan jasa layanan tersebut.

3. *Mobile Banking* (X2)

Mobile Banking adalah sarana layanan dalam transaksi via *handphone* (HP) berbasis GPRS. Selain nasabah dipuaskan oleh layanan dari pegawai bank, mereka juga akan dipuaskan dengan jasa pelayanan elektronik yang dapat dioperasikan sendiri di setiap waktu dan dimanapun nasabah berada.

4. *Automatic Teller Machine* (X3)

Automatic Teller Machine (ATM) adalah *Self Service Terminal* yang dibuat khusus untuk melayani nasabah dalam melakukan transaksi perbankan yang dapat dilakukan setiap saat. *Automatic Teller Machine* adalah sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang teller.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kepuasan Nasabah (Y)	Adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja	a. Kualitas Layanan b. Harga c. Kemudahan

		produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah. ⁴⁴	d. Kesiediaan merekomendasikan
2	<i>Internet Banking</i> (X1)	Fasilitas layanan perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses 24 jam, kapan dan dimanapun nasabah berada menggunakan <i>personal computer</i> , laptop, hp, <i>notebook</i> atau PDA. ⁴⁵	e. Kemudahan f. Kepercayaan g. Risiko d. Minat Penggunaan
3	<i>Mobile Banking</i> (X2)	Fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti <i>handphone</i> dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, kecuali mengambil uang <i>cash</i> . ⁴⁶	e. <i>Makes job easier</i> (menjadi lebih mudah) f. <i>Increase productivity</i> (menambah produktifitas) g. <i>Enhance effectiveness</i> (mempertinggi efektifitas) h. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya
4	<i>Automatic Teller Machine</i> (X3)	Alat kasir otomatis tanpa orang yang ditempatkan di dalam atau di luar pekarangan bank yang sanggup untuk mengeluarkan uang tunai dan menangani berbagai berbagai transaksi perbankan yang rutin ⁴⁷	e. <i>Tangible</i> (bentuk fisik) f. <i>Reliability</i> (kehandalan) g. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan) h. <i>Assurance</i> (jaminan)

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

⁴⁴ Etta Mamang Sangadji, 2013, "*Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis serta Himpunan Jurnal Penelitian*", Yogyakarta : Andi Offset, Hal. 181

⁴⁵ Dedi Hartawan, 2017, "*Pengaruh Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang)*", Jurnal I-Economic, Vol. 3, No. 2, Hal. 152

⁴⁶ Rahmadana, 2019, "*Pengaruh Kualitas Mobile Banking, Internet Banking dan Fasilitas Automatic Teller Machine (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BRI Cabang Iskandar Muda Medan*", Hal. 12

⁴⁷ Diana Grace, 2017, "*Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine dan Short Message Service Banking terhadap Kepuasan Nasabah*", Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer STMIK Bina Mulia, Vol. 3, No.1, Hal. 42

F. INSTRUMEN PENELITIAN

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ujian yang digunakan untuk mengetahui kelayakan dari butir – butir yang ada pada suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya juga dilakukan pada setiap butir – butir pertanyaan pada uji validitasnya. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df + n-2$ dengan alpha 0,05. Jika apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan valid.⁴⁸

2. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepercayaan atau keandalan suatu variabel. Apabila nilai *cronbach's alpha* (α) > 60% (0,60) maka variabel yang diteliti tersebut dapat dikatakan sudah andal dan sebaliknya.

G. TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data ini digunakan untuk menghasilkan jawaban dari kuesioner yang bentuk angka - angka dengan metode statistic. Teknik analisis data ini menggunakan bantuan program SPSS. Dalam prosesnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis data sebagai berikut :

⁴⁸ Vivi Herlina, 2019, "Panduan Praktis Mengelola Data Kuesioner menggunakan SPSS", Jakarta : PT Elex Media Komputindo, Hal. 75

1. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sehingga persamaan regresi yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi suatu masalah. Karena itu di dalam analisis regresi terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi agar persamaan regresi yang dihasilkan akan menjadi valid apabila digunakan untuk memprediksi suatu masalah. Oleh karena itu haruslah terlebih dahulu dilakukannya asumsi klasik, yaitu meliputi Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Linieritas.⁴⁹

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak karena model regresi linier yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji JB – Test dengan $\text{sig} > 0,05$ maka data terdistribusi normal.⁵⁰

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali yang dikutip dalam penelitian yang dilakukan oleh Naila Hidayah dan Prasetyo Ari Wibowo, uji heteroskedastisitas ini dilakukan guna untuk mengetahui apakah di dalam model regresi akan terjadi ketidaksamaan variance dari

⁴⁹ Rochmat Aldy Purnomo, 2017, "*Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*", Ponorogo : CV Wade Group, Hal. 107

⁵⁰ *Ibid*, Hal. 108

residual atau satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu Uji Glejser. Apabila nilai signifikansinya bernilai lebih dari 5% (0,05) maka tidak akan terdapat gejala Heteroskedastisitas.⁵¹

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independen penelitian dalam model regresi linier berganda. Jika ada, maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen akan terganggu. Persyaratan untuk menentukan ada tidaknya korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independen penelitian menurut uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi Multikolinieritas.⁵²

d. Uji Linieritas

Menurut Ghozali yang dikutip dalam penelitian yang dilakukan oleh Ardi Saputra, menyatakan bahwa uji linieritas ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dari kedua variabel

⁵¹ Muhammad Yusuf & Lukman Daris, 2018, "*Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*", Bogor : PT Penerbit IPB Press, Hal. 76

⁵² Nikolaus Duli, 2019, "*Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Data untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*", Yogyakarta : CV Budi Utama, Hal. 120

terdapat hubungan yang linier atau tidak secara signifikan.⁵³ Pada pengujian SPSS yang dilakukan dengan menggunakan Ramsey dengan taraf signifikan sebesar 0,95, dua variabel dapat dikatakan terdapat hubungan yang linier apabila nilai signifikan (Linearity) lebih kecil dari 0,05.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan sebuah hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih, variabel (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen berhubungan positif maupun negative dan juga digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami tingkat kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berupa skala interval atau rasio.⁵⁴

Persamaan regresi linear berganda penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_2 + b_2X_3 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah X_1 = *Internet Banking*

a = Konstanta X_2 = *Mobile Banking*

b = Koefisien Regresi X_3 = *Automatic Teller Machine*

⁵³ Agustina Marzuki, 2020, "*Praktikum Statistik*", Malang : Ahlimedia Press, Hal. 106

⁵⁴ Robert Kurniawan & Budi Yuniarto, 2016, "*Analisis Regresi : Dasar dan Penerapannya dengan R*", Jakarta : PT Kencana, Hal. 91

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t ini biasanya dikenal juga dengan uji parsial yang bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh dari masing – masing variabel bebasnya secara sendiri – sendiri (parsial terhadap variabel terikatnya. Uji ini biasa dilakukan dengan membandingkan jumlah t_{hitung} pada tingkat $\alpha = 5\%$ (0,05) derajat kebebasan (df) $n-k-1$, adapun dimana n merupakan jumlah sampel dan k jumlah variabel bebas.⁵⁵

b. Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Windarjono dalam penelitian Herlianisa Maharani, Koefisien Determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa baiknya garis regresi sesuai dengan data aktualnya. Maka dari itu nilai R² terletak antara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). R² yang semakin mendekati 1 (satu) maka semakin baiknya garis regresi dan semakin mendekat 0 (nol) maka mempunyai garis regresi yang kurang.

⁵⁵ Yusri, 2016, *“Ilmu Pragmatik dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa”*, Yogyakarta : CV Budi Utama, Hal. 76

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPTIF OBJEK PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang

Pada awal mulanya penelitian memilih objek Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Demang Lebar Daun Palembang. Kemudian objek penelitian ini berganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Demang Lebar Daun Palembang. Bank Syariah Indonesia (BSI) ini berlokasi di Jalan Demang Lebar Daun, No. 08, Kelurahan Lorok Pakjo, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Bank Syariah Indonesia merupakan lembaga perbankan syariah yang resmi berdiri pada 01 Februari 2021. Bank ini merupakan hasil merger dari anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank BNI Syariah yang sekarang menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Bank Syariah Indonesia mendapat izin OJK dengan nomor : SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. BNI Syariah ke dalam PT. BRI Syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan

menggunakan izin usaha PT. Bank BRI Syariah Tbk menjadi izin usaha atas nama PT. Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai bank yang merupakan penggabungan beberapa bank.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang

Visi

“Menjadi top 10 bank syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun”

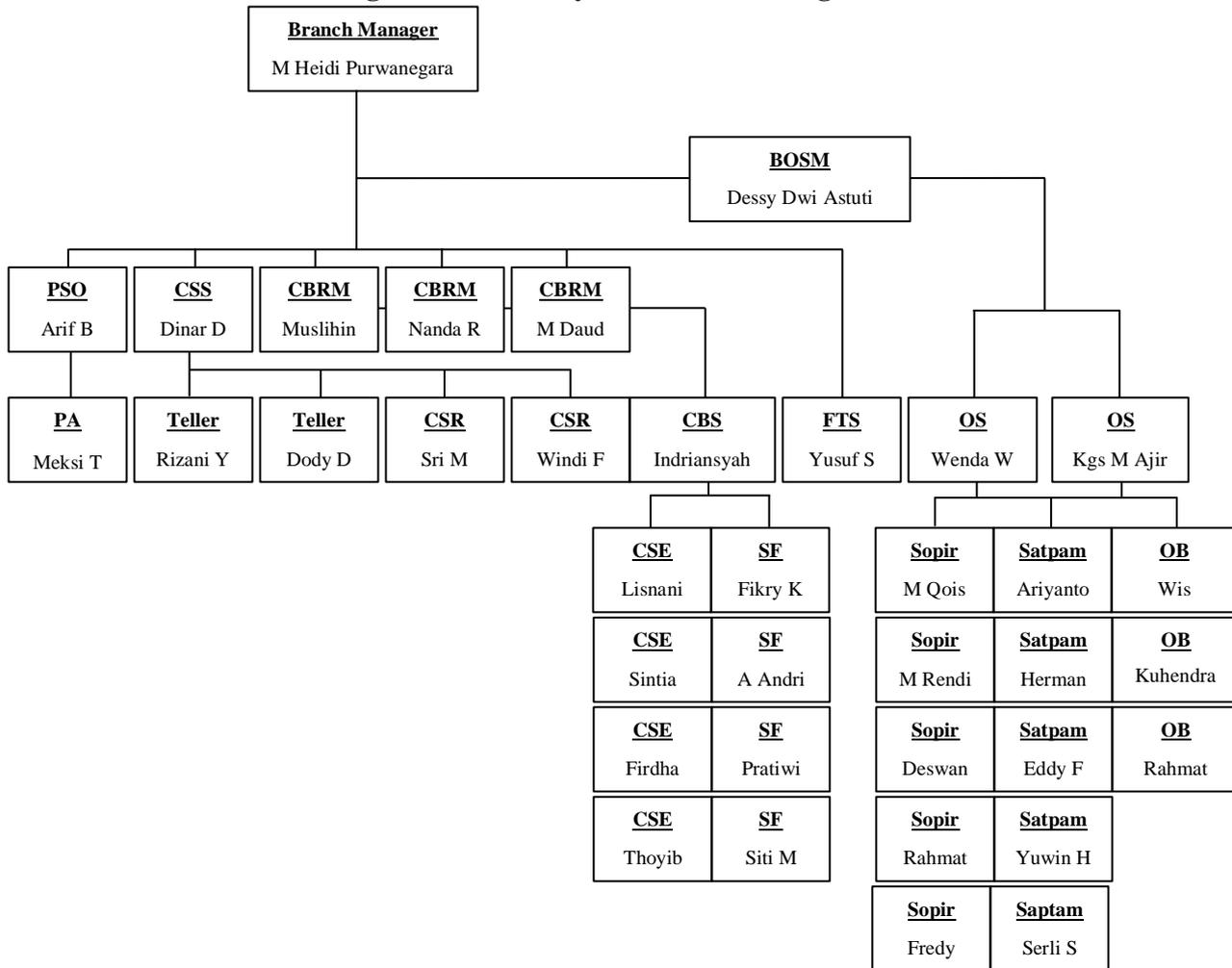
Misi

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia (Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500T) dan nilai buku 50T di tahun 2025)
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham (Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PBV > 2)
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia (Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja)⁵⁶

⁵⁶ Hasil dokumentasi pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang, dilakukan pada Februari 2022)

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Syariah KC Demang Lebar Daun



Sumber : Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang

B. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik responden pada penelitian ini dilihat dari jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan cara menyebarkan kepada responded yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang yang menggunakan

layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* yang berjumlah sebanyak 100 responden. Berikut ini merupakan penjelasan dari 100 responden tersebut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki – Laki	31	31,0	31,0	31,0
	Perempuan	69	69,0	69,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki – laki berjumlah 31 orang, dan perempuan berjumlah 69 orang. Artinya mayoritas responden penelitian ini adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 – 25	86	86,0	86,0	86,0
	25 – 35	11	11,0	11,0	97,0
	35 – 50	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden berusia 18 – 25 tahun berjumlah, 25 – 35 tahun berjumlah 11 orang, 35 – 50 tahun berjumlah 3 orang. Artinya mayoritas responden pada penelitian ini berusia 18 – 25 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa / Pelajar	41	41,0	41,0	41,0
	Wiraswasta	23	23,0	23,0	64,0
	Karyawan	13	13,0	13,0	77,0
	Perawat	2	2,0	2,0	79,0
	Petani	1	1,0	1,0	80,0
	Guru Honorer	6	6,0	6,0	86,0
	IRT	4	4,0	4,0	4,0
	PNS	2	2,0	2,0	92,0
	Belum Bekerja	5	5,0	5,0	97,0
	Penjahit	1	1,0	1,0	98,0
	Kontraktor	1	1,0	1,0	99,0
	Asisten Psikolog	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden sebagai Mahasiswa/Pelajar berjumlah 41 orang, Wiraswasta berjumlah 23 orang, Karyawan berjumlah 13 orang, Perawat berjumlah 2 orang, Petani berjumlah 1 orang, Guru Honorer

berjumlah 6 orang, IRT berjumlah 4 orang, PNS berjumlah 2 orang, Belum Bekerja berjumlah 5 orang, Penjahit berjumlah 1 orang, Kontraktor berjumlah 1 orang, dan Asisten Psikolog berjumlah 1 orang. Artinya mayoritas responden pada penelitian ini adalah Mahasiswa / Pelajar.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp. 1.000.000	50	50,0	50,0	50,0
	Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	34	34,0	34,0	84,0
	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	10	10,0	10,0	94,0
	> Rp. 5.000.000	6	6,0	6,0	100,0

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa penghasilan responden sebesar < Rp. 1.000.000 berjumlah 50 orang, sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 berjumlah 34 orang, sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 berjumlah 10 orang, dan sebesar > Rp. 5.000.000 berjumlah 6 orang,. Artinya mayoritas responden pada penelitian ini adalah berpenghasilan sebesar < Rp. 1.000.000.

C. ANALISIS DESKRIPTIF STATISTIK VARIABEL

Analisis statistik deskriptif merupakan uji yang membahas cara pengumpulan, peringkasan, penyajian sehingga diperoleh dengan statistika deskriptif seperti pemusatan data (mean, median, modus), penyebaran data (range, simpangan, rata-rata, *varians* dan simpangan baku), kecenderungan suatu gugus data, ukuran letak (kuartil, desil dan persentil).⁵⁷

Tabel 4.5
Hasil Uji Analisis Statistika Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	2.00	5.00	4.3166	.61883
X2	100	3.00	5.00	4.3989	.52420
X3	100	3.00	5.00	4.2707	.56112
Y	100	3.00	5.00	4.3354	.57129
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5, diketahui bahwa nilai minimum variabel *Internet Banking* yaitu sebesar 2,00 artinya tanggapan terendah nasabah menjawab 2 (Tidak Setuju) dan untuk nilai maximum keempat variabel yaitu 5,00 yang artinya tanggapan tertinggi nasabah menjawab 5 (Sangat Setuju). Untuk rata – rata variabel X1 sebesar 4,3166, Standard Deviation sebesar 0,61883 yang artinya bahwa kecenderungan data X1 mempunyai tingkat penyimpangan 0,61883.

Nilai minimum variabel *Mobile Banking* yaitu sebesar 3,00 artinya tanggapan terendah nasabah menjawab 3 (Netral) dan untuk nilai

⁵⁷ M. Muchson, “*Statistika Deskriptif*”, Jakarta : Guepedia, Hal. 6

maximum keempat variabel yaitu 5,00 yang artinya tanggapan tertinggi nasabah menjawab 5 (Sangat Setuju). Untuk rata – rata variabel X2 sebesar 4,3989, *Standard Deviation* sebesar 0,52420 yang artinya bahwa kecenderungan data X2 mempunyai tingkat penyimpangan 0,52420.

Nilai minimum variabel *Automatic Teller Machine* yaitu sebesar 3,00 artinya tanggapan terendah nasabah menjawab 3 (Netral) dan untuk nilai maximum keempat variabel yaitu 5,00 yang artinya tanggapan tertinggi nasabah menjawab 5 (Sangat Setuju). Untuk rata – rata variabel X3 sebesar 4,2707, *Standard Deviation* sebesar 0,56112 yang artinya bahwa kecenderungan data X3 mempunyai tingkat penyimpangan 0,56112.

Nilai minimum variabel *Mobile Banking* yaitu sebesar 3,00 artinya tanggapan terendah nasabah menjawab 3 (Netral) dan untuk nilai maximum keempat variabel yaitu 5,00 yang artinya tanggapan tertinggi nasabah menjawab 5 (Sangat Setuju). Untuk rata – rata variabel X2 sebesar 4,3354, *Standard Deviation* sebesar 0,57129 yang artinya bahwa kecenderungan data X2 mempunyai tingkat penyimpangan 0,57129.

D. HASIL UJI PENELITIAN

1. Uji Instrumen Penelitian atau Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur koefisien korelasi antara skor suatu pernyataan atau indikator yang diuji dengan skor total pada variabelnya. Untuk menentukan apakah suatu item layak

digunakan atau tidak yaitu dengan melakukan uji signifikan koefisien dengan taraf signifikansi 0,05. Suatu item dianggap valid

jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.⁵⁸

Tabel 4.6
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel (a = 5%)	Keterangan
<i>Internet Banking</i> (X1)	X1.1	.756**	0.1960	Valid
	X1.2	.813**	0.1960	Valid
	X1.3	.816**	0.1960	Valid
	X1.4	.830**	0.1960	Valid
	X1.5	.830**	0.1960	Valid
	X1.6	.820**	0.1960	Valid
	X1.7	.799**	0.1960	Valid
	X1.8	.719**	0.1960	Valid
<i>Mobile Banking</i> (X2)	X2.1	.753**	0.1960	Valid
	X2.2	.763**	0.1960	Valid
	X2.3	.829**	0.1960	Valid
	X2.4	.822**	0.1960	Valid
	X2.5	.784**	0.1960	Valid
	X2.6	.786**	0.1960	Valid
	X2.7	.799**	0.1960	Valid
	X2.8	.811**	0.1960	Valid
<i>Automatic Teller Machine</i> (X3)	X3.1	.702**	0.1960	Valid
	X3.2	.781**	0.1960	Valid
	X3.3	.782**	0.1960	Valid
	X3.4	.867**	0.1960	Valid
	X3.5	.824**	0.1960	Valid
	X3.6	.819**	0.1960	Valid
	X3.7	.806**	0.1960	Valid

⁵⁸ Vivi Herlina, 2019, "Panduan Praktis Mengelola Data Kuesioner Menggunakan SPSS", Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, Hal. 58

	X3.8	.693**	0.1960	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	.819**	0.1960	Valid
	Y.2	.820**	0.1960	Valid
	Y.3	.811**	0.1960	Valid
	Y.4	.819**	0.1960	Valid
	Y.5	.854**	0.1960	Valid
	Y.6	.830**	0.1960	Valid
	Y.7	.837**	0.1960	Valid
	Y.8	.822**	0.1960	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa semua indikator yang digunakan dari variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* dan kepuasan nasabah menunjukkan hasil bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka semua butir pertanyaan Valid dan layak digunakan pada penelitian berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan secara bersama – sama terhadap seluruh pernyataan variabel indikator. Dimana kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* (α) $> 0,06$ sedangkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) $< 0,06$ maka indikator yang digunakan tidak reliabel.⁵⁹

⁵⁹ Imam Heryanto, 2015, "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan", Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship, Vol. 9, No. 2, Hal 80

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
X1	8 Item	0.916	0.60	Reliabel
X2	8 Item	0.915	0.60	Reliabel
X3	8 Item	0.906	0.60	Reliabel
Y	8 Item	0.933	0.60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa seluruh nilai *Cronbach's Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,06 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel indikator dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat hasil dari pengujian variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pada penelitian ini menggunakan penelitian menggunakan *Kolmogorov – Smirnov*. Dikatakan normal jika *asympt sig* > 0,05.

Tabel 4.8
Uji Normalitas

		Unstandardized
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.3286089
Most Extreme Difference	Absolute	.114

	Positive	.070
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa hasil *Kolmogorov-Smirnov Asymp* $0,149 > 0,05$ yang berarti dapat disimpulkan bahwa berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (X) dengan menggunakan metode *Tolerance* (T) dan *Variance Inflation Factor* (VIP) dengan ketentuan tidak terjadi multikol jika $T > 0,1$ dan $VIF < 10$.

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	T	VIF
(Constant)		
Internet Banking	.448	2.233
Mobile Banking	.393	2.543
Automatic Teller Machine	.513	1.948
a. Dependent Variable : Y		

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa T semua variabel $> 0,1$ dan $VIF < 10$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pada penelitian ini menggunakan Metode *White* dengan ketentuan *Chi Square* hitung < *Chi Square* tabel dan signifikan 0.05.

Tabel 4.10
Uji Heteroskedastisitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.844	.000
	<i>Internet Banking</i>	.688	.493
	<i>Mobile Banking</i>	-1.570	.120
	<i>Automatic Teller Machine</i>	-.909	.366

a. Dependent Variable : ABS_RES

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui nilai signifikan variabel *Internet Banking* (X1) yaitu 0,493, variabel *Mobile Banking* (X2) yaitu 0,120 dan variabel *Automatic Teller Machine* (X3) yaitu 0,366. Dikarenakan signifikan $X_1X_2X_3 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Metode *Test For Linearity*.

Tabel 4.11
Uji Linieritas

	Linearity	Deviations
Y*X1	0.000	.817
Y*X2	0.000	.157
Y*X3	0.000	.516

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel 4.11 diketahui diharapkan terjadinya linearity dan akan dikatakan linear jika $\text{sig} < 0,05$ dan $\text{deviation} > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terjadi linearitas antar semua variabel yang mempunyai hubungan.

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. error	Beta		
1	(Constant)	.330	.298		1.108	.271
	X1	.170	.081	.184	2.094	.039
	X2	.232	.102	.213	2.277	.025
	X3	.527	.083	.518	6.319	.000

a. Dependent Variable : Y

Sumber : Data diolah, 2022

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,330 + 0,170 X_1 + 0,232 X_2 + 0,527 X_3$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jika nilai dari *Internet Banking* (X_1), *Mobile Banking* (X_2), dan *Automatic Teller Machine* (X_3) = 0, maka Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,330
2. Setiap kenaikan 1% *Internet Banking* (X_1) akan meningkatkan Kepuasan nasabah sebesar 0,170 dengan asumsi nilai X_2 dan X_3 tetap.
3. Setiap kenaikan 1% *Mobile Banking* (X_2) akan meningkatkan Kepuasan nasabah sebesar 0,232 dengan asumsi nilai X_1 dan X_3 tetap.
4. Setiap kenaikan 1% *Automatic Teller Machine* (X_3) akan meningkatkan Kepuasan nasabah sebesar 0,527 dengan asumsi nilai X_1 dan X_2 tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah secara parsial (sendiri – sendiri). Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel atau melihat nilai signifikansinya. Apabila t hitung $>$ t hitung dan nilai

signifikansi $< 0,05$, maka dikatakan pengaruhnya signifikan dan apabila t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi $> 0,05$. Maka dikatakan pengaruhnya tidak signifikan.⁶⁰

Tabel 4.13
Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. error	Beta		
1	(Constant)	.330	.298		1.108	.271
	X1	.170	.081	.184	2.094	.039
	X2	.232	.102	.213	2.277	.025
	X3	.527	.083	.518	6.319	.000

a. Dependent Variable : Y

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui sebagai berikut :

1. Variabel *Internet Banking* (X1) pada tabel *Coefficients* mempunyai nilai T hitung 2,094 sedangkan nilai T tabel 1,660 ($2,094 > 1,660$) dengan sig 0,039 $< 0,05$ artinya secara parsial variabel *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Variabel *Mobile Banking* (X2) pada tabel *Coefficients* mempunyai nilai T hitung 2,277 sedangkan nilai T tabel 1,660 ($2,277 > 1,660$) dengan sig 0,025 $< 0,05$ artinya secara parsial variabel *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

⁶⁰ Agus Rusmana, "The Future Of Organization Communication In The Industrial Era 4.0 Book", Jawa Barat : Universitas Padjadjaran, Hal. 200.

3. Variabel *Automatic Teller Machine* (X3) pada tabel *Coefficients* mempunyai nilai T hitung 6,319 sedangkan nilai T tabel 1,660 ($6,319 > 1,660$) dengan sig $0,000 < 0,05$ artinya secara parsial variabel *Automatic Teller Machine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* (Independen) terhadap kepuasan nasabah (Dependen).

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.669	.659	.33370

a. Predictors : (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable : Y

Sumber : Data diolah, 2022

Dari tabel 4.14 diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,659 x 100% = 65,9%. Sehingga dalam penelitian ini variabel kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* sebesar 65,9% sedangkan sisanya 34,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

E. REKAPITULASI HASIL PENELITIAN

Tabel 4.15
Rekapitulasi Hasil Penelitian

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian
1.	H1 : <i>Internet Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Berdasarkan hasil dari tabel <i>Coefficients</i> mempunyai nilai T hitung 2,094 sedangkan nilai T tabel 1,660 ($2,094 > 1,660$) dengan sig $0,039 < 0,05$ artinya secara parsial variabel <i>Internet Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2.	H2 : <i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Berdasarkan hasil dari tabel <i>Coefficients</i> mempunyai nilai T hitung 2,277 sedangkan nilai T tabel 1,660 ($2,277 > 1,660$) dengan sig $0,025 < 0,05$ artinya secara parsial variabel <i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3.	H3 : <i>Automatic Teller Machine</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Berdasarkan hasil dari tabel <i>Coefficients</i> mempunyai nilai T hitung 6,319 sedangkan nilai T tabel 1,660 ($6,319 > 1,660$) dengan sig $0,000 < 0,05$ artinya secara parsial variabel <i>Automatic Teller Machine</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

F. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine* terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kantor cabang Demang Lebar Daun Palembang. Pembahasan dan hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Dalam penelitian ini, *Internet Banking* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) karena nilai signifikan

sebesar 0,039 (Tabel 4.13 uji T) dimana nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alfa 0,05.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Authalina Raddita (2020), Mila Karomillah (2015), dan Dedi Hartawan (2017) yang menunjukkan hasil bahwa *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

H1 Diterima : *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

2. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Dalam penelitian ini, *Mobile Banking* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) karena nilai signifikan sebesar 0,025 (Tabel 4.13 uji T) dimana nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alfa 0,05.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yeni Nada Dwinurpuspitasari (2019), Irfan Nurahmadi Harish (2017), dan Efa Herdayanti, Jati Handayami, Totok Ismawanto (2019) yang menunjukkan hasil bahwa *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

H1 Diterima : *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

3. Pengaruh *Automatic Teller Machine* terhadap Kepuasan Nasabah

Dalam penelitian ini, *Automatic Teller Machine* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) karena nilai signifikan sebesar 0,000 (Tabel 4.13 uji T) dimana nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alfa 0,05.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ratna Dewi (2020), Diana Grace (2017), dan Tri Yulianto (2015) yang menunjukkan hasil bahwa *Automatic Teller Machine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

H1 Diterima : *Automatic Teller Machine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan dan analisis data yang telah diolah serta dengan hasil pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang yang artinya sehingga kenaikan *Internet Banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah.
2. *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang yang artinya sehingga kenaikan *Mobile Banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah.
3. *Automatic Teller Machine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang yang artinya sehingga kenaikan *Automatic Teller Machine* akan meningkatkan kepuasan nasabah.

B. SARAN

Penulis menyadari masih banyak terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu, hasil penelitian ini

belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Setelah melakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan saran – saran dengan harapan dapat menjadi pertimbangan bagi bank dan penelitian selanjutnya. Saran sebagai berikut :

1. Bagi Bank

Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine sudah cukup baik karena bank sudah memberikan fasilitas serta pelayanan yang terbaik dalam mencapai kepuasan nasabah. Akan tetapi, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Demang Lebar Daun harus terus mempertahankan bahkan meningkatkan fasilitas serta pelayanan yang baik untuk nasabah agar kepuasan nasabah dapat terus tercapai bahkan meningkat.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melihat faktor-faktor lain yang berkaitan dengan keputusan nasabah serta melakukan pengembangan variabel selain *Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine* agar hasil dari pembahasan data dijelaskan secara menyeluruh variabel yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Penelitian hanya mengambil responden pada nasabah BSI Kantor Cabang Demang Lebar Daun Palembang saja, sehingga peneliti menyarankan lebih baik mengambil responden dari nasabah bank syariah lainnya dengan jumlah populasi yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi dan Narbuko, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, 2009
- Agus Rusmana, “*The Future Of Organization Communication In The Industrial Era 4.0 Book*”, Jawa Barat : Universitas Padjadjaran.
- Agustina Marzuki, 2020, “*Praktikum Statistik*”, Malang : Ahlimedia Press.
- Austhalina Radditha, 2020, “*Pengaruh Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Kepuasan menjadi Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang*”
- Charlie Giovani Gunardi, 2019, “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku*”, Prologia EISSN, Vol. 3, No. 2
- Dedi Hartawan, 2017, “*Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang Palembang)*”, Jurnal I – Economic, Vol. 3, No. 2
- Delima Sari Lubis, MA, 2017, “*Faktor – Faktor yang mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi Nasabah Perbankan*”, Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Vol. 3, No. 1.
- Diana Grace, 2017, “*Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine dan Short Message Service Banking terhadap Kepuasan Nasabah*”, Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer STMIK Bina Mulia, Vol. 3, No.1.

Drs. Ismail, MBA., Ak, 2010, “Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi”, Jakarta : Kencana, 2010.

Donni Juni Priansa, 2017, “*Perilaku Konsumen*”, Bandung : Alfabeta

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

Efa Herdayanti, Jati Handayani, Totok Ismawanto, 2019, “*Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Balikpapan*”, Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP).

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

Hasil dokumentasi pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang, dilakukan pada Februari 2022)

Harbeis Suraone, 2018, “*Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta*”

https://id.wikipedia.org/wiki/Model_penerimaan_teknologi, diakses pada Februari 2022

<https://www.kompasiana.com/ayudewi07/59ebe23bff240565b5533eb2/pemenuhan-kepuasan-konsumen-sesuai-etika-bisnis-islam> (Diakses pada Januari 2022)

<https://www.shinhan.co.id>, diakses pada Januari 2022

- I Putu Agus Eka Pratama, 2014, "*Komputer dan Masyarakat*", Bandung : Informatika, Hal 64
- Imam Heryanto, 2015, "*Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan*", Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship, Vol. 9, No. 2, Hal 80
- Isroul Khusna, 2020, "*Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah*"
- Julius R. Latumaerissa, 2012, "*Bank dan Lembaga Keuangan Lain*", Jakarta : Salemba Empat.
- Kasmir, S.E., MM, 2010, "*Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*", Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, SE., MM, 2007, "*Dasar – Dasar Perbankan*", Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Khoirini, 2014, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk Bank terhadap Kepuasan Nasabah menurut Perspektif Ekonomi Islam*".
- M Anang Firmansyah, 2018, "*Perilaku Konsumen : Sikap dan Pemasaran*", Yogyakarta : Deepublish.
- M. Muchson, "*Statistika Deskriptif*", Jakarta : Guepedia.
- Maria Margaretha Prasudayanti (2007), "*Dampak Penggunaan ATM (Automatic Teller Machine) Bersama terhadap Profit dan Kepuasan Nasabah PT Bank Jatim Surabaya*"

- Melfi Adela, 2020, “*Pengaruh Layanan M – Banking terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa)*”.
- Mila karomillah, 201, “*Pengaruh Layanan E-Banking terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro – Kebayoran Arcade*”.
- Mirnawati Dewi, 2018, “*Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi Nasabah memilih Internet Banking*.”
- Muammar Arafat Yusmad, 2018, “*Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*”, Yogyakarta : Deepublish.
- Muhammad Yusuf & Lukman Daris, 2018, “*Analisis Data Penelitian Teori dan Aplikasi dalam Bidang Perikanan*”, Bogor : PT Penerbit IPB Press.
- Nikolaus Duli, 2019, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Data untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*”, Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Nurul Hikmah, 2010, “*Gambaran Layanan ATM (Automatic Teller Machine) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK, Unit Veteran Banjarmasin*”.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009, “*Manajemen Pemasaran*”, Jakarta : Erlangga.
- Priyino, 2005, “*Penelitian Bisnis : Paradigma Kuantitatif*”, Jakarta : Grasindo.
- Rahmadana, 2019, “*Pengaruh Kualitas Mobile Banking, Internet Banking dan Fasilitas Automatic Teller Machine (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank BRI Cabang Iskandar Muda Medan*”.

- Ratna Dewi, 2020, "*Kepuasan Nasabah pada Fasilitas Automatic Teller Machine (ATM) pada PT Bank Muamalat Kota Bengkulu*".
- Robert Kurniawan & Budi Yuniarto, 2016, "*Analisis Regresi : Dasar dan Penerapannya dengan R*", Jakarta : PT Kencana.
- Rochmat Aldy Purnomo, 2017, "*Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*", Ponorogo : CV Wade Group.
- Sahifah Azareha, 2020, "*Pengaruh Tingkat Penggunaan Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Bengkalis*".
- Sugiyono, 2004, "*Metode Penelitian*", Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2009.
- Syaipullah, 2011, "*Pengaruh Kemanfaatan KArtu ATM terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekanbaru*".
- Tri Yulianto, 2015, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah*".
- Vivi Herlina, 2019, "*Panduan Praktis Mengelola Data Kuesioner menggunakan SPSS*", Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Yusri, 2016, "*Ilmu Pragmatik dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa*", Yogyakarta : CV Budi Utama.

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *INTERNET BANKING, MOBILE BANKING* DAN
***AUTOMATIC TELLER MACHINE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH**
PT BANK SYARIAH INDONESIA KC DEMANG LEBAR DAUN
PALEMBANG

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Perkenalkan nama saya Cindy Putri Noviani, saya mahasiswi dari Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi S1 Perbankan Syariah, angkatan 2017. Mohon Maaf sebelumnya, saya ingin memohon bantuan kepada Bapak/Ibu, dan saudara nasabah agar berkenan untuk mengisi kuesioner ini.

Tujuan dari pembuatan kuisisioner ini yaitu untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan *Internet Banking, Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang. Penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Saya sangat menghargai dari partisipasi Bapak/Ibu dan saudara sekalian dalam membantu menjawab kuisisioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

BAGIAN I : DATA RESPONDEN

Pilihlah salah satu jawaban di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√)

1. Jenis kelamin anda?

Laki _Laki

Perempuan

2. Berapa usia anda saat ini?

18 – 25

25 – 35

35 – 50

50 – 60

> 60

3. Pekerjaan anda saat ini?

Pegawai Negeri Sipil (PNS)

Mahasiswa / Pelajar

Wiraswasta

Ibu Rumah Tangga (IRT)

Lainnya (sebutkan)

4. Berapa penghasilan anda tiap bulan?

< Rp. 1.000.000

Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000

Rp. 3.000.000 – 5.000.000

> Rp. 5.000.000

5. Sudah berapa lama anda menggunakan produk/jasa pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang?

< 1 tahun

3 - 6 tahun

1 - 3 tahun

> 6 tahun

6. Mengapa anda tertarik layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* pada Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang?

Karena layanan ini membantu efektivitas kinerja saya sehari – hari

Karena pelayanannya baik

Karena jarak bank dengan tempat tinggal saya dekat

Karena biayanya dapat dijangkau oleh nasabah

BAGIAN II : CARA PENGISIAN

1. Bacalah dengan sebaik – baiknya pada setiap pertanyaan dan setiap alternatif jawaban yang diberikan.
2. Pilih alternatif jawaban yang paling sesuai menurut anda dan berikan tanda centang (√)
3. Jika terjadi salah pengisian, berilah tanda (O) pada jawaban yang salah tersebut.

Contoh :

Variabel	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
Kepuasan Nasabah	1. Saya sangat puas dan senang dengan produk dan pelayanan yang diberikan oleh PT Bank Syariah Indonesia KC Demang Lebar Daun Palembang	√				

Keterangan :

1. SS : Sangat Setuju (5)
2. S : Setuju (4)
3. N : Netral (3)
4. KS : Kurang Setuju (2)
5. TS : Tidak Setuju (1)

A. Variabel *Internet Banking*

Variabel	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
<i>Internet Banking</i>	Kemudahan					
	1. Layanan <i>Internet Banking</i> BSI tidak sulit mendapat jaringan untuk diakses di lokasi saya					
	2. Layanan <i>Internet Banking</i> BSI mudah digunakan					
	Kepercayaan					

	1. Layanan <i>Internet Banking</i> BSI aman untuk digunakan					
	2. Layanan <i>Internet Banking</i> BSI memiliki kesediaan layanan sistem yang baik					
Risiko						
	1. Layanan <i>Internet Banking</i> BSI tidak memiliki risiko yang tinggi					
	2. Layanan <i>Internet Banking</i> BSI memiliki keamanan yang tinggi					
Minat Pengguna						
	1. Layanan <i>Internet Banking</i> BSI akan tetap diminati hingga masa mendatang					
	2. Layanan <i>Internet Banking</i> BSI sangat sesuai dengan kebutuhan saya sehingga saya memilih menggunakannya					

B. Variabel Mobile Banking

Variabel	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
Mobile Banking	<i>Makes Job Easier</i> (menjadi lebih mudah)					
	1. Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI menjadikan pekerjaan lebih mudah dalam melakukan kegiatan perbankan karena kecepatan aksesnya					
	2. Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI menjadikan berbagai transaksi perbankan yang lebih mudah tanpa harus pergi ke bank					

<i>Increase Productivity (menambah produktifitas)</i>					
1. Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI menambah produktifitas kerja saya					
2. Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI membuat saya dapat mengakses berbagai informasi terkait transaksi perbankan					
<i>Enhance Effectiveness (mempertinggi efektifitas)</i>					
1. Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI dapat meningkatkan efektivitas saya dalam menyelesaikan transaksi perbankan					
2. Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI membuat kebutuhan mendesak saya dapat cepat teratasi					
<i>Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang</i>					
1. Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI menyediakan informasi yang saya butuhkan selama saya melakukan transaksi perbankan					
2. Layanan <i>Mobile Banking</i> BSI membuat transaksi perbankan yang saya lakukan lebih akurat					

C. Variabel Automatic Teller Machine

Variabel	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
<i>Automatic Teller Machine</i>	<i>Tangible (bentuk fisik)</i>					
	1. ATM BSI memiliki lokasi yang mudah ditemukan					
	2. ATM BSI memiliki tempat yang bersih dan nyaman					
	<i>Reliability (kehandalan)</i>					
	1. ATM BSI memiliki koneksi yang bagus dalam transaksinya					
	2. ATM BSI memperhatikan					

	selalu kesediaan uang					
	Responsiveness (Ketanggapan)					
	1. ATM BSI memiliki fitur – fitur yang mempermudah transaksi					
	2. ATM BSI memiliki akses yang cepat dalam bertransaksi					
	Assurance (jaminan)					
	1. ATM BSI memiliki tingkat keamanan yang tinggi saat bertransaksi					
	2. ATM BSI memiliki CCTV di dalam ruangan ATM yang selalu aktif					

D. Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	KS	TS
Kepuasan Nasabah	Kualitas Layanan					
	1. Saya merasa puas karena layanan <i>Internet Banking, Mobile Banking</i> dan <i>Automatic Teller Machine</i> BSI Demang Lebar Daun sesuai dengan yang saya harapkan					
	2. Saya mendapatkan pelayanan yang baik dalam bertransaksi menggunakan layanan <i>Internet Banking, Mobile Banking</i> dan <i>Automatic Teller Machine</i> BSI Demang Lebar Daun					
	Harga					
	1. Saya merasa mendapatkan banyak keuntungan ketika menggunakan layanan <i>Internet Banking, Mobile Banking</i> dan <i>Automatic Teller Machine</i> BSI Demang Lebar Daun					

	2. Saya setuju jika biaya transaksi menggunakan layanan <i>Internet Banking, Mobile Banking</i> dan <i>Automatic Teller Machine</i> BSI Demang Lebar Daun terjangkau					
Kesediaan merekomendasikan						
	1. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada para teman atau pun kerabat mengenai layanan <i>Internet Banking, Mobile Banking</i> dan <i>Automatic Teller Machine</i> BSI Demang Lebar Daun karena layanannya memuaskan					
	2. Saya bersedia untuk merekomendasikan kepada para teman ataupun kerabat mengenai layanan <i>Internet Banking, Mobile Banking</i> dan <i>Automatic Teller Machine</i> BSI Demang Lebar Daun karena fasilitas serta penunjangnya yang memadai					

Lampiran 2

TABULASI DATA PRIMER

Jawaban Responden Variabel *Internet Banking* (X1)

Responden	<i>Internet Banking</i> (X1)								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	5	5	4	3	3	3	2	30
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	5	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	4	4	5	5	38
5	4	4	4	4	4	5	4	5	34
6	1	1	1	1	1	1	2	2	10
7	3	4	4	5	3	3	3	3	28
8	3	3	3	5	4	5	5	5	33
9	4	5	4	5	4	4	4	3	33
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	4	5	5	5	5	5	3	36
12	4	4	3	3	3	3	4	4	28
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	5	5	4	4	4	4	5	36
15	4	4	4	3	3	3	5	5	31
16	4	5	4	4	4	4	3	3	31
17	3	4	5	4	4	4	4	4	32
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	3	4	4	4	3	3	5	5	31
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	5	5	5	5	5	5	5	39
22	3	3	5	5	4	5	5	5	35
23	5	5	5	5	4	4	5	5	38
24	4	4	4	4	3	4	4	3	30
25	5	5	5	5	4	4	4	4	36
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	5	4	5	4	5	4	35

29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	4	4	4	3	4	5	5	34
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	3	4	4	31
33	3	3	3	3	3	3	3	3	24
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	4	3	5	4	3	4	33
36	5	5	5	5	5	5	4	4	38
37	3	5	4	4	4	4	5	5	34
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	3	4	4	4	4	3	4	5	31
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	4	4	4	3	4	3	5	4	31
45	2	4	5	4	4	4	4	4	31
46	5	5	4	5	5	5	5	5	39
47	5	5	5	5	5	4	5	3	37
48	4	4	4	5	5	5	5	5	37
49	4	5	5	4	5	4	4	4	35
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	4	4	4	4	4	5	33
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	5	5	5	5	4	5	5	4	38
54	4	4	5	4	3	3	4	4	31
55	4	5	5	4	5	5	5	5	38
56	3	4	4	4	4	4	4	4	31
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	5	5	4	4	4	5	5	36
59	5	4	5	4	4	5	4	5	36
60	3	5	5	4	4	4	4	4	33
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	4	4	4	3	4	3	4	30
66	4	4	4	4	5	4	4	4	33
67	4	4	4	3	3	4	4	4	30

68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	2	4	4	4	4	4	4	4	30
70	5	5	4	3	3	4	4	4	32
71	5	5	5	5	4	5	5	5	39
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	5	5	4	4	4	4	34
76	3	3	3	4	3	4	4	4	28
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	3	4	4	3	4	3	4	29
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	3	3	4	4	4	4	3	3	28
83	3	3	4	4	4	5	4	5	32
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	2	2	4	2	4	4	3	4	25
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	5	5	4	5	4	3	4	5	35
89	1	5	4	5	3	3	5	5	31
90	4	4	4	4	3	3	4	4	30
91	5	5	5	5	4	5	5	5	39
92	3	4	4	4	3	5	4	4	31
93	5	4	4	5	3	4	5	4	34
94	3	5	5	5	4	4	4	5	35
95	4	5	5	5	4	5	4	5	37
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	3	4	5	4	4	4	4	4	32
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	4	4	4	5	5	5	5	5	37
100	5	5	5	5	3	3	3	5	34

36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	5	5	5	4	4	4	4	4	35
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	5	5	5	4	4	5	5	37
41	4	5	5	5	5	5	5	5	39
42	5	5	5	3	5	5	5	5	38
43	5	5	4	4	5	5	4	5	37
44	5	5	4	5	4	5	5	5	38
45	5	4	3	4	5	5	5	5	36
46	4	4	4	4	5	5	4	5	35
47	3	5	3	4	4	4	3	3	29
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	4	5	4	4	4	5	4	4	34
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	5	5	5	5	4	4	5	4	37
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	5	4	5	4	5	5	4	4	36
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	5	5	5	5	5	4	5	39
56	4	4	4	4	4	4	5	5	34
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	4	5	5	4	3	4	4	33
59	5	4	4	4	5	4	4	4	34
60	4	5	4	4	4	4	4	4	33
61	5	5	5	5	5	5	5	5	40
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	3	4	4	5	4	5	4	4	33
66	4	5	4	4	4	4	4	4	33
67	4	3	3	3	3	3	3	3	25
68	5	5	5	4	5	5	5	5	39
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	3	3	3	3	4	3	3	3	25
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	5	5	5	5	5	4	4	5	38
74	5	5	4	4	4	4	4	4	34

75	4	4	4	4	5	5	4	4	34
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	4	5	5	4	4	4	4	34
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	3	3	3	3	4	3	4	4	27
83	3	3	3	4	4	3	4	4	28
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	4	4	3	3	2	2	4	26
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	5	5	5	5	5	4	4	5	38
89	5	4	5	3	5	4	5	3	34
90	4	4	4	4	5	5	4	4	34
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	4	5	4	4	4	4	3	4	32
93	4	3	4	4	4	3	4	5	31
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	5	5	5	4	5	5	4	5	38
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	3	5	4	4	4	5	4	4	33
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	3	3	5	3	4	4	4	4	30
100	5	5	4	4	4	4	3	4	33

LAMPIRAN 6

Jawaban Responden Variabel *Automatic Teller Machine* (X3)

Responden	<i>Automatic Teller Machine</i> (X3)								Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
1	3	4	4	4	4	4	3	4	30
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	5	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	4	4	4	4	4	4	33
6	4	4	4	4	3	3	3	4	29

7	3	3	4	3	4	3	3	5	28
8	3	5	4	5	4	4	4	5	34
9	3	4	4	3	3	4	4	4	29
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	4	5	5	5	5	4	5	38
12	3	3	4	4	4	4	4	4	30
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	2	3	3	3	4	4	4	4	27
16	4	5	4	4	4	5	4	5	35
17	2	4	3	4	4	4	5	5	31
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	3	3	4	3	4	4	3	5	29
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	3	5	3	4	4	4	3	5	31
22	3	5	3	5	5	5	5	5	36
23	3	4	4	4	5	5	5	5	35
24	3	4	4	4	3	3	4	4	29
25	2	5	5	3	4	5	5	5	34
26	3	4	4	4	4	4	4	4	31
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	3	4	3	4	5	4	5	4	32
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	3	4	4	4	4	4	3	5	31
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	5	4	4	4	3	5	4	4	33
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	4	4	4	3	5	5	5	4	34
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	3	3	3	4	5	5	3	5	31
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	5	4	4	4	5	4	4	34
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	3	3	3	3	4	4	4	5	29
43	4	4	4	4	4	5	4	5	34
44	4	4	4	4	4	4	4	5	33
45	5	5	4	5	4	4	5	5	37

85	5	4	5	5	5	5	5	5	39
86	4	2	4	3	3	4	4	2	26
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40
88	3	5	5	5	5	5	5	5	38
89	4	3	3	3	4	5	4	5	31
90	3	4	4	4	4	4	4	4	31
91	4	5	5	5	5	5	4	4	37
92	3	5	3	4	4	5	5	5	34
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40
94	3	5	5	5	5	5	5	5	38
95	4	5	4	5	5	5	5	5	38
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	3	4	5	4	4	4	4	4	32
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	5	4	4	4	5	5	5	5	37
100	3	4	3	5	4	5	5	5	34

LAMPIRAN 7

Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Responden	Kepuasan Nasabah (Y)								Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	5	4	5	4	5	4	3	4	34
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	5	5	5	4	4	4	35
4	4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	4	4	4	4	4	4	34
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	4	4	4	3	3	3	3	4	28
8	5	5	5	5	4	5	5	4	38
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	4	3	4	5	4	5	4	33
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	5	5	5	5	5	5	5	39
15	2	4	4	4	4	4	3	3	28

16	4	5	4	4	5	4	4	4	34
17	5	4	4	4	5	5	4	4	35
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	4	4	5	4	5	4	4	5	35
20	4	4	4	4	4	4	4	5	33
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	4	5	5	5	5	5	5	5	39
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	5	5	3	2	5	4	4	5	33
26	4	4	4	5	4	4	4	4	33
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	5	4	5	4	34
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	4	4	3	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	5	4	5	4	5	4	4	35
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	4	4	5	3	5	4	5	5	35
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
37	4	4	5	4	4	5	5	4	35
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	2	4	3	3	3	4	3	4	26
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	4	4	4	4	4	4	4	33
43	4	4	4	4	5	4	5	5	35
44	4	3	4	4	4	4	4	4	31
45	4	5	4	5	4	4	4	4	34
46	5	4	5	5	4	5	4	4	36
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	4	4	5	5	5	5	5	4	37
49	5	5	4	5	5	5	5	5	39
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	4	5	4	4	5	5	35
52	3	3	3	4	3	3	3	3	25
53	4	4	5	5	4	4	4	4	34
54	4	4	4	4	5	4	5	5	35

94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	5	5	5	5	5	5	5	4	39
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	4	4	5	5	5	4	4	4	35
98	5	5	5	5	5	5	4	4	38
99	5	5	5	5	5	5	5	5	40
100	5	5	5	5	4	5	4	4	37

Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	2.00	5.00	4.3166	.61883
X2	100	3.00	5.00	4.3989	.52420
X3	100	3.00	5.00	4.2707	.56112
Y	100	3.00	5.00	4.3354	.57129
Valid N (listwise)	100				

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel (a = 5%)	Keterangan
<i>Internet Banking</i> (X1)	X1.1	.756**	0.1960	Valid
	X1.2	.813**	0.1960	Valid
	X1.3	.816**	0.1960	Valid
	X1.4	.830**	0.1960	Valid
	X1.5	.830**	0.1960	Valid
	X1.6	.820**	0.1960	Valid
	X1.7	.799**	0.1960	Valid
	X1.8	.719**	0.1960	Valid
<i>Mobile Banking</i> (X2)	X2.1	.753**	0.1960	Valid
	X2.2	.763**	0.1960	Valid
	X2.3	.829**	0.1960	Valid
	X2.4	.822**	0.1960	Valid
	X2.5	.784**	0.1960	Valid
	X2.6	.786**	0.1960	Valid
	X2.7	.799**	0.1960	Valid

	X2.8	.811**	0.1960	Valid
<i>Automatic Teller Machine</i> (X3)	X3.1	.702**	0.1960	Valid
	X3.2	.781**	0.1960	Valid
	X3.3	.782**	0.1960	Valid
	X3.4	.867**	0.1960	Valid
	X3.5	.824**	0.1960	Valid
	X3.6	.819**	0.1960	Valid
	X3.7	.806**	0.1960	Valid
	X3.8	.693**	0.1960	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	.819**	0.1960	Valid
	Y.2	.820**	0.1960	Valid
	Y.3	.811**	0.1960	Valid
	Y.4	.819**	0.1960	Valid
	Y.5	.854**	0.1960	Valid
	Y.6	.830**	0.1960	Valid
	Y.7	.837**	0.1960	Valid
	Y.8	.822**	0.1960	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
X1	8 Item	0.916	0.60	Reliabel
X2	8 Item	0.915	0.60	Reliabel
X3	8 Item	0.906	0.60	Reliabel
Y	8 Item	0.933	0.60	Reliabel

Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.3286089
Most Extreme Difference	Absolute	.114
	Positive	.070
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		T	VIF
1	(Constant)		
	Internet Banking	.448	2.233
	Mobile Banking	.393	2.543
	Automatic Teller Machine	.513	1.948
b. Dependent Variable : Y			

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.844	.000
	Internet Banking	.688	.493
	Mobile Banking	-1.570	.120
	Automatic Teller Machine	-.909	.366

b. Dependent Variable : ABS_RES

Hasil Uji Linearitas

	Linearity	Deviations
Y*X1	0.000	.817
Y*X2	0.000	.157
Y*X3	0.000	.516

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. error	Beta		
1	(Constant)	.330	.298		1.108	.271
	X1	.170	.081	.184	2.094	.039
	X2	.232	.102	.213	2.277	.025
	X3	.527	.083	.518	6.319	.000

b. Dependent Variable : Y

Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. error	Beta		
1	(Constant)	.330	.298		1.108	.271
	X1	.170	.081	.184	2.094	.039
	X2	.232	.102	.213	2.277	.025
	X3	.527	.083	.518	6.319	.000

c. Dependent Variable : Y

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.669	.659	.33370

c. Predictors : (Constant), X3, X1, X2

d. Dependent Variable : Y