

**PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP  
KLATEN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :**

**DEVA AURIEL YANSAPSA**

**NIM. 18.52.31.245**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA  
2022**

**PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP  
KLATEN**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Deva Auriel Yansapsa  
NIM. 18.52.31.245

Surakarta, 27 September 2022

Disetujui dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



Waluyo, Lc., M. A.  
NIP.197909102011011005

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DEVA AURIEL YANSAPSA  
NIM : 185231245  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP KLATEN”

Dengan benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wasalamualaikum Wr. Wb*

Surakarta, 27 September 2022



METERAI TEMPEL  
68662AKX052429049

Deva Auriel Yansapsa

**SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DEVA AURIEL YANSAPSA  
NIM : 185231245  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP KLATEN”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan dan mengambil data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wasalamualaikum Wr. Wb*

Surakarta, 27 September 2022



Deva Auriel Yansapsa

Waluyo, Lc., M.A.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Deva Auriel Yansapsa

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas  
Said Surakarta  
Di Surakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Deva Auriel Yansapsa NIM: 18.52.31.245 yang berjudul:

**“PENGARUH *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP  
KLATEN”**

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.  
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Surakarta, 27 September 2022  
Dosen Pembimbing Skripsi



Waluyo, Lc., M.A.  
NIP.197909102011011005

**PENGESAHAN**

**PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP  
KLATEN**

Oleh :

**DEVA AURIEL YANSAPSA**  
**NIM. 18.52.31.245**

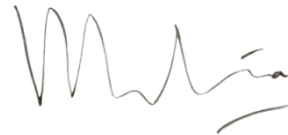
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
Pada hari Kamis tanggal 03 November 2022 M / 08 Rabiul Akhir 1444 H  
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Taufiq Wijaya, S. H.I., M.Si.  
NIP. 19791218 200902 1 010



Penguji II  
Melia Kusuma, M.M.  
NIK. 19810608 201701 2 147



Penguji III  
Dr. Agung Abdullah, S.E., M.M.  
NIP. 19850301 201403 1 003



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si  
NIP. 19720304200112 1 004

Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si  
NIP. 19720304200112 1 004

**MOTTO**

*"Allah tidak berjanji bahwa langit akan selalu biru, tetapi Allah berjanji  
bersama kesulitan ada kemudahan."*

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten**”. Sebagai syarat bagi penulis untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan, nasehat, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak selama penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag.,M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas SaidSurakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Waluyo, Lc,. Mc selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan bimbingan yang amanah, serta saran yang diberikan kepada penulis sangat membantu dalam penulisan skripsi.
6. Supriyanto, S.Ud., M.Ud. selaku Dosen PA yang membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas SaidSurakarta.
7. Seluruh staff dan dosen pengajar yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.



8. Kedua Orang Tua penulis, Sapto Priyo dan Tri Mulyani yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan semangat yang luar biasa selama penulisan skripsi. Penulis berharap agar menjadi anak yang dapat membanggakan.
9. Keluarga penulis, Om Dwi Mulyono, S.Pd. M.Pd dan Om Donny Maryono terimakasih atas segala doa dan dukungan yang diberikan.
10. Kakak Penulis, Arfan Huzna Yansapsa terimakasih atas segala doa dan dukungan yang diberikan.

## ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh berkembangnya teknologi saat ini, dimana teknologi sekarang dapat dikatakan sebagai sarana yang dapat digunakan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan perbankan di Indonesia agar terus meningkatkan pelayanannya kepada para nasabah. Perkembangan teknologi ini memberikan pengaruh besar kepada masyarakat khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten, karena nasabah bisa dengan mudah dan cepat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja.

Penelitian ini mengangkat permasalahan mengenai pengaruh Self-Service Technology terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten baik secara parsial maupun simultan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ATM, dan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan pengambilan sampel dengan teknik cluster sampling, data dalam penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan peneliti dengan menyebarkan kuesioner online. Penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda, dan didapatkan hasil bahwa secara parsial ATM tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan Mobile Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan ATM, dan Mobile Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten.

**Kata Kunci : Kepuasan Nasabah, ATM, dan Mobile Banking**

## ABSTRACT

This research is motivated by current technological developments, where technology can now be said to be a tool that can be used to maximize the performance of banking companies in Indonesia in order to continue to improve their services to customers. This technological development has had a major impact on society, especially customers of Bank Syariah Indonesia KCP Klaten, because customers can easily and quickly make transactions anytime and anywhere.

This study raises the issue of the effect of Self-Service Technology on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Klaten, either partially or simultaneously. The purpose of this study is to determine the effect of ATM and Mobile Banking on customer satisfaction.

This study used a quantitative approach, and sampling was done using a cluster sampling technique. The data in this study were primary data obtained by researchers by distributing online questionnaires. This study uses multiple linear regression tests, and the results show that partially ATM has no effect on customer satisfaction, and Mobile Banking has a significant effect on customer satisfaction. Simultaneously ATM and Mobile Banking have a significant effect on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Klaten.

**Keywords: Customer Satisfaction, ATM, and Mobile Banking**

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Pengesahan Dosen Pembimbing .....	ii
Pernyataan Tidak Plagiasi .....	iii
Surat Pernyataan Telah Melakukan Penelitian .....	iv
Nota Dinas .....	v
Pengesahan Dosen Penguji .....	vi
Motto .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Abstrak .....	x
Abstract .....	xi
Daftar Isi .....	xii
Daftar Tabel .....	xv
Daftar Gambar .....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi .....	9

### **BAB II LANDASAN TEORI**

1.2 Kajian Teori .....	11
<b>2.1.1</b> Perbankan Syariah .....	11
<b>2.1.2</b> Pengaruh .....	15
<b>2.1.3</b> Self Service Technology .....	15
<b>2.1.4</b> Kepuasan .....	19
<b>2.1.5</b> Digitalisasi .....	20
<b>2.1.6</b> Digital Banking .....	20
<b>2.1.7</b> ATM .....	24
<b>2.1.8</b> Internet Banking .....	25

2.1.9	Mobile Banking .....	26
2.1.10	Nasabah .....	26
2.2	Hasil Penelitian Yang Relevan .....	27
2.3	Kerangka Berpikir .....	35
2.4	Hipotesis .....	39

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Waktu dan wilayah Peneleitian .....	41
3.2	Jenis Penelitian .....	41
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	41
3.3.1	Populasi .....	41
3.3.2	Sampel .....	41
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	43
3.4	Data dan Sumber Data .....	43
3.4.1	Jenis Data.....	43
3.4.2	Sumber data .....	43
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6	Variabel Penelitian.....	44
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.7.1	Variabel Independen.....	45
3.7.2	Variabel Dependen.....	45
3.8	Teknik Analisis Data .....	45
3.8.1	Uji Instrumen .....	45
3.8.2	Uji Asumsi Klasik .....	46
3.8.3	Uji Ketetapan Model / Uji Hipotesis .....	48

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum .....	50
4.1.1	Gambaran Umum Penelitian.....	50
4.1.2	Gambaran Umum Perusahaan .....	50
4.1.3	Gambaran Umum Responden.....	53
4.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data .....	57
4.2.1	Uji Instrumen .....	57

4.2.1.1 Uji Validitas .....	57
4.2.1.2 Uji Reliabilitas .....	60
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	61
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas .....	63
4.2.2.3 Uji Heteroskedastiitas .....	64
4.2.3 Uji Regresi Linear Berganda .....	65
4.2.4 Uji Hipotesis .....	67
4.2.4.1 Uji T (Parsial) .....	67
4.2.4.2 Uji F (Simultan) .....	69
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis) .....	71
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran .....	75
Daftar Pustaka .....	76

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Relevan .....	27
Tabel 4.1 BSI Klaten .....	51
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	58
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.5 Kolmogorov Smirnov.....	64
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4.7 Uji Linear Berganda.....	67
Tabel 4.8 Uji T (Parsial) .....	69
Tabel 4.9 Uji F (Simultan) .....	71

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Diagram Usia .....	54
Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin .....	55
Gambar 4.3 Diagram Domisili .....	56
Gambar 4.4 Diagram Pengguna BSI .....	57
Gambar 4.5 Histogram.....	62
Gambar 4.6 P-Plot .....	63
Gambar 4.7 Heteroskedastisitas .....	66



**DAFTAR LAMPIRAN**

Similarity Index .....	81
Kuesioner Penelitian .....	82

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Terjadinya revolusi ditandai dengan munculnya teknologi digital pada akhir dekade 70an, digital merupakan lawan kata dari analog. Teknologi digital merupakan perkembangan teknologi dari analog, teknologi digital melakukan proses atas informasi sebagai nilai numeric supaya bisa dilakukan pembacaan oleh komputer. Teknologi digital mengalami perkembangan pesat pada zaman sekarang, dibuktikan dengan munculnya *smartphone*, komputer, dan lain-lain. Teknologi digital menimbulkan dampak positif dan dampak negatif untuk yang memakai, dampak positif yang diakibatkan dari teknologi digital antara lain mudah mendapatkan informasi dan bertukar informasi, memudahkan komunikasi jarak jauh, menciptakan lapangan kerja, layanan jadi lebih efektif, waktu menjadi lebih efisien. Teknologi digital juga menimbulkan dampak negatif yaitu komunikasi secara langsung menjadi berkurang, terjadinya pengurangan SDM diberbagai industri, menyebabkan kecandun *gadget*, terjadi *cyber bully*, *hate speech*, *harassment* dan kegiatan lain di dunia *online*.

Sebagai negara di tengah revolusi digital, Indonesia mengikuti perkembangan zaman. Masyarakat menjadi lebih baik, lebih murah, lebih aman, lebih mudah, dan lebih cepat karena kemajuan teknologi. Karena kemajuan teknologi kognisi sosial, industri jasa melihat lebih banyak persaingan, yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi global (Harahap),

2007). Perkembangan teknologi dalam perbankan syariah dimanfaatkan proses promosi dan proses pemasaran. Perbankan telah berusaha bersaing dalam meningkatkan pelayanan berbasis teknologi.

Perbankan digital mengacu pada berbagai layanan perbankan yang disediakan oleh industri perbankan, termasuk namun tidak terbatas pada “*Automatic Teller Machine (ATM), Internet Banking, dan Mobile Banking*”. Layanan tersebut sering disebut dengan *Self Service Technology (SST)*. Keberadaan *Self Service Technology* Akibatnya, rutinitas sehari-hari masyarakat terganggu karena saat ini mereka hanya bisa menggunakan ponsel untuk mengakses layanan bank. *Self-Service Technology (SST)* memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

1. Lebih mudah digunakan

Misalnya, SST memudahkan pengguna *mobile banking* dan pelanggan layanan pengiriman sembako untuk melakukan transaksi.

2. Pelanggan melayani sendiri sehingga tidak ada antrean panjang

Pelanggan tidak perlu mengantri panjang dan membuang waktu, ketika nasabah dapat menyelesaikan masalahnya, hal ini akan mempermudah kinerja perusahaan.

3. Kepuasan nasabah akan meningkat

Pelanggan lebih puas ketika bank meningkatkan layanannya. Akibatnya, SST meningkatkan kepuasan klien dengan merampingkan proses layanan.

#### 4. Masalah Perusahaan Akan Terpusat

Masalah yang lebih signifikan dapat ditangani oleh organisasi jika klien mampu menyelesaikan masalah kecil sendiri. Masalah perusahaan dipersempit dan ditangani dengan SST.

#### 5. Kemungkinan *Human-Error* Lebih Kecil Karena Menggunakan Sistem

Karena klien melayani dirinya sendiri dan menghemat waktu, strategi ini dianggap efektif.

Munculnya teknologi digital menjadi salah satu tantangan sekaligus peluang dalam ekosistem ekonomi digital. Apalagi dalam masa pandemi seperti sekarang ini, bisa merubah pola transaksi dari konvensional menjadi digital. Pengurangan kantor cabang dan penutupan ATM menjadi bukti adanya peningkatan *digital banking*. Aktifitas *digital banking* mengalami peningkatan pada masa pandemi, aktifitas tersebut antara lain menabung digital 76%, belanja *online* 71%, pembayaran tagihan 69%, pesan antar makanan 55%, topup *e-wallet* 52% ,penjualan *online* meningkat hingga 158juta transaksi, hal ini disampaikan oleh Direktur Penelitian BankUmum Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Mohamad Miftah.

Tahun ini, Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan tercepat untuk industri digital, serta salah satu negara dengan pertumbuhan tercepat untuk penggunaan perangkat digital. Mengutip dari “*We Are Social*”, kepemilikan perangkat tablet (4%),

*streaming tv* (1%), *e-reader* (1%), perangkat *wearable* (1%)". Hal tersebut merupakan kehadirannya memperoleh sambutan yang luar biasa atas seluruh masyarakat Indonesia.

Pasar *e-commerce* domestik juga diuntungkan dari dampak perkembangan digital. Pada tahun 2016, pendapatan mencapai \$5,6 miliar, tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 20,7%. (CAGR 2016-2021). Pada 13,4 persen, penetrasi belanja online diprediksi meningkat menjadi 21,2 persen pada tahun 2021 (Statista,2016).

Karena kebangkitan *e-commerce*, industri perbankan dipaksa untuk mengikuti perkembangan terbaru dalam transaksi digital, seperti pembayaran tanpa uang tunai, perbankan tanpa cabang, dan *e-commuting* jumlah layanan perbankan keuangan terus bertambah..

Dari tahun 2015 hingga 2014, jumlah transaksi uang elektronik meningkat cukup signifikan dari tahun sebelumnya sebesar 4,3 triliun. Akibatnya, bank harus merangkul transformasi digital untuk mengimbangi saingan sengit mereka. Fairness In Indonesia, Accenture (2015) memperkirakan jika teknologi digital tidak dimanfaatkan secara memadai, industri perbankan bisa kehilangan 30 persen pelanggannya.

Perilaku konsumen berubah dengan cepat, dan lembaga keuangan harus beradaptasi dengan perubahan ini untuk melayani pelanggan mereka secara lebih efektif. Masyarakat Indonesia telah terbiasa menuntut layanan yang lebih cepat sebagai akibat dari

meningkatnya ketergantungan mereka pada layanan digital. Sektor perbankan di Indonesia menyediakan hingga 30 persen dari PDB negara saat ini (Bank Indonesia, 2006). Dalam hal mendukung kemajuan ekonomi Indonesia, statistik ini masih belum ideal.

Masyarakat tanpa uang tunai adalah perkembangan alami dalam evolusi transaksi moneter. Transaksi tunai sedang dihapus demi metode pembayaran tanpa uang tunai. Tanpa uang tunai. Dalam cashless society, transaksi dilakukan melalui mekanisme pembayaran non tunai, seperti kartu kredit, kartu debit, dan dompet elektronik. (Van Hove, 2006:21).

Masyarakat saat ini telah mengembangkan sejumlah alat pembayaran non tunai selain yang terkenal seperti kartu kredit, kartu debit, kartu ATM, kartu prabayar, kartu klub, dan kartu bank elektronik (Bank Indonesia, 2004). Kemajuan sistem pembayaran elektronik saat ini, seperti alat pembayaran elektronik dengan menggunakan kartu (APMK) dan uang elektronik, merupakan hasil dari pembayaran elektronik (*e-money*).

ATM, kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik semuanya tercipta sebagai hasil dari kemajuan teknologi sistem pembayaran, dan hal ini tentunya akan berdampak pada penggunaan uang oleh masyarakat. Uang kertas dan koin merupakan mayoritas uang yang beredar di sini. Kebutuhan masyarakat akan uang tunai akan berkurang seiring dengan semakin banyaknya masyarakat yang

melakukan pembayaran melalui metode non tunai. Akhirnya, uang tunai akan dihapus demi kartu ATM, debit, kredit, dan uang elektronik.

Pelayanan yang maksimal sangat dibutuhkan para nasabah untuk mempermudah dalam melakukan transaksi. Nasabah yang merasa puas dalam hal pelayanann lembaga selalu bisa mengajak masyarakat lainnya untuk ikut bergabung menjadi nasabah di lembaga tersebut. Pada masa pandemi saat ini pelayanan pada lembaga keuangan kurang baik, dikarenakan ekonomi masyarakat sekitar menurun, terutama peraturan dari pemerintah untuk melakukan protokol kesehatan dan jaga jarak. Pemberlakuan jaga jarak membuat pelayanan pada bank syariah menjadi kurang efektif. Nasabah diminta untuk melakukan pelayanan dan transaksi mandiri lewat layanan digital.

Layanan perbankan digital memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi diluar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*E-Commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank. Layanan tersebut dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh nasabah melalui *smartphone* yang telah ditambahkan sistem aplikasi perbankan sepanjang terhubung dengan

jaringan internet.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Pelayanan di masa pandemi diwajibkan untuk nasabah dan staff perbankan tidak melaksanakan tatap muka, sehingga nasabah lebih memilih melakukan transaksi secara digital melalui *self service technology* (SST).

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam hal memfokus serta memperkecil atas batasan masalahnya agar tidak menyimpang pembahasan ini dari yang di inginkan, maka batasan masalah penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *self service technology* mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital bank syariah.

## **1.4 Rumusan Masalah**

1. Apakah fasilitas ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah fasilitas *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah fasilitas ATM, dan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah fasilitas ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Untuk mengetahui apakah fasilitas *Mobile Banking* berpengaruh



terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia

3. Untuk mengetahui apakah fasilitas ATM, dan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### 1. Secara Teoritis

Temuan penelitian ini dapat membantu meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang digital banking SST yang terbagi menjadi fasilitas ATM, *internet banking*, dan *mobile banking*. Peneliti bisa mengambil inspirasi dari penelitian ini.

### 2. Secara Praktis

#### a. Perbankan

Manfaat fasilitas perbankan digital melalui SST, mulai dari ATM, dan *Mobile Banking* (SST), berdampak pada kepuasan konsumen.

#### b. Masyarakat

Temuan penelitian ini kemungkinan akan menjelaskan kemajuan teknologi yang semakin kompleks yang dimungkinkan oleh layanan perbankan digital industri perbankan. Sebagai hasilnya, peneliti lain dapat menggunakannya sebagai masukan aktif atau sumber informasi tambahan saat melakukan studi masa depan untuk memberikan pengetahuan, perbandingan, dan referensi.

## **1.7 Sistematika Penulisan Skripsi**

Kami telah mengembangkan klasifikasi penelitian berikut untuk

memberi Anda gambaran yang lebih baik tentang jenis makalah penelitian yang diharapkan :

## BAB I PENDAHULUAN

Pengantar masalah, latar belakang, definisi, rumusan, tujuan penelitian, manfaat, dan sistematisasi penulisan skripsi semuanya tercakup dalam bab ini. Bab ini dibagi menjadi lima bagian.

## BAB II LANDASAN TEORI

Penelitian teoritis, kesimpulan, kerangka, dan hipotesis disajikan dalam bab ini.

## BAB III METODE PENELITIAN

Untuk memulai, bab ini menjelaskan bagaimana melakukan penelitian dalam periode waktu tertentu, populasi, ukuran sampel, dan metodologi pengambilan sampel, serta bagaimana mengumpulkan dan menganalisis data.

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Ikhtisar studi analisis data, tes dan hasil disediakan dalam bab ini, serta diskusi tentang hasil (bukti hipotesis).

## BAB V PENUTUP

Kesimpulan, dan saran penelitian dibahas dalam bab ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Perbankan Syariah**

Bank Islam atau Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan hadits Nabi SAW. Dengan kata lain Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Syariah bukan sekedar bank yang bebas dari bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah :

1. Penghapusan riba.
2. Pelayanan kepada kepentingan public dan merealisasikan

sasaran sosio-ekonomi Islam.

3. Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
4. Bagi hasil yang cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.
5. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrument pasar uang antar bank syariah dan instrument bank sentral berbasis syariah.

Pengawasan perbankan islam mencakup dua hal, yang pertama pengawasan dari aspek keuangan, kepatuhan pada perbankan secara umum, dan prinsip kehati-hatian bank. Kedua, pengawasan prinsip syariah dalam kegiatan operasional bank.

Sumber dana bank yariah berasal dari modal inti (*Core Capital*) dan dana pihak ketiga, yang terdiri dari dana titipan (*wadi'ah*) dan kuasi ekuitas (*mudharabah account*). Modal inti berasal dari para pemilik bank, yang terdiri dari modal yang disetor oleh para pemegang saham, cadangan dan laba ditahan.

Sudarsono mendefinisikan bank syariah sebagai lembaga keuangan nasional yang beroperasi di bawah syariah atau aturan Islam dalam hal peminjaman, pembayaran, dan sirkulasi.

Dikembangkan pada Abad Pertengahan Muslim, perbankan Islam, menurut Shayq, adalah jenis perbankan modern berdasarkan hukum

Islam, dengan gagasan pembagian risiko sebagai sistem utama, menghilangkan sistem keuangan berdasarkan kepastian dan profitabilitas yang telah ditentukan.

Menurut UU no.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah dan bank syariah, *“Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses didalam melaksanakan kegiatan usahanya”*. Bank Syariah adalah *“Bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah), BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah)”*.

Lembaga keuangan yang menganut prinsip dan aturan Syariah disebut Perbankan Syariah. Akibatnya, bank syariah berfungsi sebagai lembaga keuangan dan perantara bagi orang-orang dengan banyak uang dan orang-orang dengan sedikit uang (unit defisit). Kelebihan uang di bank dibagikan kepada mereka yang membutuhkan. Akibatnya, operasional bank memiliki dampak positif baik bagi pembeli maupun penjual. Alih-alih hubungan debitur dan kreditur, hubungan antara klien sekarang menjadi kemitraan antara klien yang memiliki uang (Shohibul Maal) dan klien yang mengelola uang (Mudharib). Profitabilitas bank syariah tidak hanya mempengaruhi derajat bagi hasil bagi pemegang saham, tetapi juga secara tidak

langsung mempengaruhi kesejahteraan konsumen yang menginvestasikan uangnya pada bank syariah. Akibatnya, kualitas bisnis perbankan sebagai intermediasi dan kemampuannya menghasilkan keuntungan akan sangat ditentukan oleh kemampuan manajemen dalam menjalankan peran sebagai kustodian aset, pengusaha profesional, dan manajer investasi .(Dz, 2018)

Menurut OJK ini Bank Syariah memiliki satu tujuan: membantu melaksanakan pembangunan nasional dan menciptakan keadilan, kekompakan, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat di tanah air. Fungsi bank syariah antara lain sebagai berikut:

1. Salah satu persyaratan Bank Syariah dan Amerika Serikat adalah mengumpulkan dan mendistribusikan uang kepada masyarakat umum
2. Zakat, Infaq, Sedekah dan Hibah dapat digunakan oleh Bank Syariah dan UUS untuk menjalankan fungsi sosial di Baitul Maal dengan meneruskan uang tersebut ke Badan Pengatur Zakat.
3. Jika Pemberi Wakaf berkehendak, Bank Umum Syariah dapat mengumpulkan uang Wakaf dan mendistribusikannya kepada Pengelola Wakaf (Nazir) sesuai dengan instruksi Pemberi Wakaf (Wakif).

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) Bank Syariah memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Dilarang memakai dua harga dalam satu barang.

2. Dilarang melakukan dua transaksi dalam satu akad.
3. Dilarang melakukan transaksi yang bersifat spekulasi.
4. Dilarang melakukan transaksi dengan riba.
5. Bank Syariah tidak mengenal istilah *time value of money* (konsep nilai waktu dari uang)
6. Pada Bank Islam uang bukan sebagai komoditas, melainkan sebagai alat tukar.

### **2.1.2 Pengaruh**

Pengaruh adalah Mampu mempengaruhi perubahan dalam diri sendiri dan orang lain adalah kekuatan yang kuat. Pengaruh didefinisikan oleh KBBI (2015:1045) sebagai kekuatan yang ada atau muncul dari sesuatu (orang, barang) dan membantu dalam pembentukan karakter, keyakinan, atau tindakan seseorang. Apakah itu orang, objek, atau fenomena alam, pengaruh dapat ditelusuri kembali ke sumbernya dan mempengaruhi segala sesuatu di sepanjang jalannya.

Menurut Surakhmad Pengaruh adalah gejala internal yang dapat menyebabkan terjadinya pergeseran pemikiran atau perilaku sebagai akibat dari stimulus eksternal. Karakter seseorang, orang, objek, kepercayaan, dan perilaku semuanya memiliki potensi untuk memberikan pengaruh pada orang-orang dan hal-hal di sekitar mereka.

### **2.1.3 Self Service Teknologi**

*Self Service Technology* adalah memungkinkan klien untuk

menyelesaikan tugas mereka sendiri, tanpa bantuan seorang profesional. Teknologi yang memungkinkan konsumen mendapatkan bantuan tanpa harus datang ke kantor mengubah perilaku mereka. Smartphone di tangan mereka sekarang dapat digunakan untuk menyediakan layanan mereka sendiri.

Ketika klien menggunakan layanan mandiri, bisnis dapat melihat barang apa yang sering mereka pesan, seberapa sering mereka berkunjung, dan informasi tentang cara mereka membayar. Sangat mudah untuk memunculkan ide-ide pemasaran baru dan meningkatkan penjualan dengan informasi database konsumen ini (Williams & Julian, 2005). Biaya pencetakan menu kertas dapat dikurangi dengan beralih ke sistem, yang membuatnya lebih mudah untuk mengubah semua menu sekaligus (Prabu, 2013).

### **Kualitas Layanan**

Layanan adalah ketika pelanggan membelanjakan uang mereka, mereka menerima manfaat ini dari perusahaan tempat mereka berbisnis. Sekitar 40% dari PDB Asia dihasilkan oleh sektor jasa, yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi kawasan. Keadaan dinamis produk, layanan, proses orang, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan adalah apa yang kami maksud dengan "kualitas layanan". Ini adalah tindakan bisnis yang menyediakan produk atau layanan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Kualitas layanan merupakan untuk mempertahankan pilihan



konsumen, kualitas layanan harus dievaluasi dan dimaksimalkan (Sembiring, Suharyono, dan Kusumawati 2014) Karena pelanggan dapat menerima atau menolak layanan, tidak mungkin untuk mengukur kualitasnya (Briggs, Sutherland, dan Drummon De, 2007). SERVQUAL dan SERVPERF adalah dua contoh alat yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas layanan.

### **Dimensi Kualitas Layanan**

Parasuraman et al (2000) ada lima dimensi yaitu :

1. *Tangibles* adalah menunjukkan minat dan kepedulian penyedia layanan terhadap pelanggan.
2. *Reliability* (Keandalan) adalah kapasitas perusahaan untuk memberikan layanan sesuai jadwal sangat penting.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah bagi pelanggan, kualitas layanan yang mereka terima tergantung pada kemampuan perusahaan untuk merespon dengan cepat dan efektif.
4. *Assurance* (Jaminan) adalah Pengetahuan dan perilaku staf yang membangun kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan yang ditawarkan.
5. *Emphaty* (Empati) adalah kapasitas perusahaan untuk memperhatikan pelanggan individu dan kebutuhan mereka.

### **Dimensi Kualitas Layanan Self-Service (SSTQUAL)**

Lin dan Hsieh (2011) Harapan konsumen untuk kualitas layanan teknologi swalayan (SST) dibentuk oleh tujuh dimensi :

1. *Functionality*, Self-Service Technology (SST) dapat dicirikan dalam dimensi berikut:
  - a. *Reliability* (Keandalan) adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
  - b. *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah kemampuan perangkat SST untuk merespons input pengguna.
  - c. *Simple* dan *Easy To Use*, Diperlukan upaya minimal untuk mengoperasikan perangkat SST..
  - d. *Respond Request Quickly*, Tidak perlu menunggu lama untuk perbaikan peralatan SST.
2. *Enjoyment*, Setelah memanfaatkan SST, perasaan senang dan penasaran pengguna.
3. *Security/Privacy*, Mengacu pada rasa kebebasan dan risiko pengguna, atau mungkin sekadar apatis. Pelanggan dapat merasa lebih aman dan nyaman saat menggunakan peralatan SST berkat fitur yang ditawarkannya.
4. *Design*, Mencakup seluruh SST untuk memberikan tampilan yang bersih dan selesai. Mudah dioperasikan karena cara gadget SST dibentuk dan diatur.
5. *Assurance* (Jaminan), Reputasi dan kemampuan perangkat diperhitungkan saat menentukan kepercayaan pada perangkat SST, tetapi reputasi dan kemampuan penyedia diutamakan. Rasa aman dapat diberikan kepada nasabah melalui pembelian asuransi. Aspek ini sangat

penting untuk layanan di mana pelanggan khawatir tentang kemampuan industri untuk melakukan mengingat tingkat risiko yang tinggi yang mereka ambil.

6. *Convenience*, Dimensi ini berfokus pada aksesibilitas layanan SST dan kemudahan penggunaan layanan SST.
7. *Customization*, Ukuran perangkat SST dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen. Persyaratan pengguna diprioritaskan daripada struktur sistem dalam proses desain.

#### **2.1.4 Kepuasan**

Bahasa Latin untuk "kepuasan" adalah "kepuasan", yang berarti "cukup" dan "dapat dibuat". Sangat mungkin untuk mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai produk atau layanan yang melebihi harapan. Kepuasan, secara umum, dapat didefinisikan sebagai sejauh mana suatu produk atau layanan berkinerja sesuai dengan harapan konsumen.

Kat satis, yang diterjemahkan menjadi "*satisfaction*," dan *facio*, yang diterjemahkan menjadi "lakukan atau membuat," menggambarkan kepuasan. Ketika Anda meluangkan waktu dan upaya untuk menyelesaikan tugas dengan benar, Anda akan merasa puas dengan hasilnya.

Kepuasan Pelanggan adalah kemampuan produk untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan merupakan faktor kunci dalam menentukan apakah pelanggan akan melakukan pembelian atau

tidak (Kotler&Amstrong,2008).

### **2.1.5 Digitalisasi**

Menurut definisi, digitalisasi adalah transfer catatan tercetak ke dalam dokumen elektronik. Melalui digitalisasi dokumen kertas diubah menjadi file digital. Digitalisasi, menurut Soemantri, adalah proses transformasi arsip teks menjadi arsip digital baru. Adalah tujuan Kusumah untuk melestarikan manuskrip-manuskrip tua dengan mendigitalkan dan membuatnya tersedia untuk umum.

Transformasi digital adalah pekerjaan yang kompleks, dan ini bukan hanya soal menyalin dan menempelkan materi cetak ke dalam database komputer. Namun, pelaksanaan aktivitas digital diatur oleh seperangkat aturan. Digitalisasi, menurut Pendit, adalah tindakan mengubah dokumen cetak menjadi dokumen digital. Untuk mengembangkan arsip digital untuk fotokopi dan koleksi perpustakaan digital, diperlukan digitalisasi. Di antara tujuan digitalisasi adalah peningkatan produktivitas dan akurasi, serta pencegahan kehilangan data dan jenis kerusakan lain pada kepemilikan perpustakaan.

### **2.1.6 Digital Banking**

Kata "digital banking" mengacu pada penggunaan teknologi modern oleh bank untuk mengotomatisasi prosedur melalui layanan berbasis web, khususnya API (application programming interfaces) yang memungkinkan pembangunan layanan antar-lembaga. Produk dan transaksi perbankan dapat disampaikan melalui Internet

menggunakan API oleh bank, memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi keuangan mereka di desktop, ponsel, dan di ATM.

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, "*Pengertian digital banking atau perbankan digital layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (customer experience), serta dapat dilakukan secara mandiri sepenuhnya oleh nasabah, dengan memperhatikan aspek pengamanan*".

Ditemukan bahwa lebih dari setengah eksekutif bank di berbagai negara menganggap digitalisasi sangat penting untuk meningkatkan interaksi pelanggan, yang merupakan alasan paling penting untuk ini, menurut Gauray Sharma dari Venture Skies (2017). Istilah "bank digital" adalah apa yang dimaksud. Ketika bank menerjemahkan "perbankan digital" menjadi "bank digital", kita dapat melihat beberapa keuntungan yang mereka peroleh.

Pertama, Untuk memulai, tujuan bank digital adalah untuk meningkatkan produktivitas. Salah satunya menjalankan perusahaannya dengan memanfaatkan teknologi mutakhir. Penjelasannya cukup logis. Namun pada kenyataannya banyak bank

(baca: bank tradisional) yang belum memanfaatkan setiap kesempatan yang dimilikinya sebagai bagian dari industri keuangan untuk berhubungan dengan konsumen swasta. Karena kesulitan teknis, kami telah mendapatkan beberapa klien baru. Meskipun banyak sistem perbankan telah didigitalkan, mereka masih tidak berfungsi sebagai entitas digital seperti banyak organisasi lain yang terlibat dengan klien. Anda dapat melakukan ini dengan melihat contoh seperti maskapai penerbangan atau logistik. Pemanfaatan yang lebih efisien dari teknologi saat ini telah ditunjukkan. Namun, sebagian besar lembaga keuangan belum cukup sampai di sana. Untuk saat ini, sebagian besar lembaga keuangan percaya bahwa digitalisasi dapat menjadi aset. Membangun sistem keseluruhan yang meningkatkan efisiensi adalah masalah utama yang belum mereka tangani.

Kedua, Ini mengurangi biaya dengan meningkatkan produktivitas. Menurut analisis McKinsey, pendapatan sebelum pajak bank dapat meningkatkan margin operasi mereka dalam kaitannya dengan tolok ukur keuangan. Perbankan digital juga dikatakan telah digunakan oleh sekitar 40% bank dalam upaya meningkatkan efisiensi dan mengurangi pengeluaran. Otomatiskan tugas, kurangi pemborosan, dan banyak lagi. Sinergi akses data dan waktu respons yang lebih singkat dapat menghasilkan manfaat yang lebih besar.

Ketiga, ciri keberhasilan perbankan digital. Bank sekarang memiliki lebih banyak cara untuk terhubung dengan lebih banyak

pelanggan, terutama mereka yang berada di generasi milenial yang melek digital. Akibatnya, bank harus mampu memberikan layanan bare-bones dengan kualitas yang sama dengan raksasa fintech jika ingin tetap kompetitif.

Keempat, Pelanggan harus mendapatkan keuntungan dari platform serba digital jika bank benar-benar akan menggunakannya, atau mereka akan beralih ke non-bank. Untungnya, tidak ada lagi pembatasan yang memerlukan bukti fisik atau izin manusia untuk dihapus. Bahkan jika klien tidak hadir secara fisik, mereka tetap harus melakukan perjalanan ke kantor untuk menyerahkan dokumen atau mencantumkan namanya.

“Pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran yang menggabungkan penggunaan gadget berbasis digital seperti *website*, *blog*, *email* dan jaringan lainnya”. (Adil Setiawa dan Muhammad Ryan Darmala, 2020), yang mengutip jawaban Novayanti dan Tarigan. Upaya manusia yang tak terhitung jumlahnya telah menjadi lebih mudah dan lebih efisien berkat kemajuan pesat teknologi informasi. Tidak hanya dalam hal hiburan, tetapi juga dalam hal pembelian online, pembayaran *online*, persyaratan kesehatan *online*, dan voting online, dan lain-lain. Bisnis keuangan adalah aspek utama dari transaksi online, dan memiliki dampak yang signifikan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Untuk melayani populasi yang semakin bervariasi dengan lebih baik, bank harus merangkul dan lebih

meningkatkan digitalisasi informasi.

Ini adalah organisasi bisnis yang memberikan aktivitas perbankan online lengkap yang sebelumnya hanya ada di setiap cabang, seperti yang didefinisikan oleh Patrick Johnson (2020). Bank digital mengacu pada model bisnis perbankan yang telah mengalami peningkatan, seperti penawaran Neobank dan BetaBank. Hal ini akan dilakukan oleh bank digital dengan memungkinkan pembukaan rekening deposito tanpa persyaratan saldo minimum atau dengan memanfaatkan berbagai teknik penilaian risiko kredit.

Inovasi *internet banking* telah mengubah dinamika interaksi nasabah-bank menurut Chriss Skinner (2017) yang merupakan spesialis di bidang teknologi terapan. Oleh karena itu, bank harus memiliki strategi digital. Apa yang dimaksud dengan go digital dalam perbankan? Layanan keuangan di seluruh dunia telah dibentuk kembali oleh munculnya teknologi digital, menurut Youjin Choi (2020).

### **2.1.8 ATM**

Nasabah dapat melakukan transaksi keuangan tanpa bantuan pegawai bank menggunakan ATM (Ellen Florian, 2004). Menurut kasmir, ATM adalah mesin otomatis yang membantu nasabah agar mudah dalam melakukan transaksi tanpa libur selama 24jam dalam 7hari termasuk hari libur. ATM berfungsi melakukan penyetoran uang dan pengecekan nominal rekening, transfer dan transaksi lainnya.



ATM merupakan akronim dari Anjungan Tunai Mandiri dan merupakan mesin elektronik yang memberi pelayanan otomatis kepada nasabah. ATM adalah fasilitas dimana diberikan kepada nasabah dari bank sebagai alat transaksi rekening dan tabungan nasabah, ATM membantu nasabah mempermudah proses transaksi dalam melakukan penarikan uang dan transaksi non tunai secara mudah dan praktis.

### **2.1.9 Internet Banking**

*Internet Banking* adalah Komputer pribadi (PC) dan perangkat pemindai lainnya dapat digunakan untuk mengakses rekening bank dan informasi umum tentang produk dan layanan perbankan melalui sistem perbankan Internet (Cheung, 2001, Yusnaini 2010). Transaksi dilakukan melalui Internet saat menggunakan perbankan *online*. Untuk mengakses data keuangan dari situs web bank, pelanggan melakukan perbankan *online*, yang menggunakan Internet sebagai instrumen transaksi. Dengan menggunakan layanan ini, klien dan bank dapat berinteraksi tanpa perlu menggunakan teknologi internet atau secara fisik mengunjungi kantor untuk menyelesaikan aktivitas keuangannya.

*Internet Banking* diperuntukkan kepada nasabah yang ingin mengakses rekening bank dan informasi umum tentang produk dan layanan perbankan tanpa harus menginstal aplikasi. Nasabah juga harus memiliki *user id*, *password*, dan jaringan internet agar bisa login. Agar keamanan terjaga maka nasabah mendapatkan *User id*,

*password* saat mendaftarkan ke bank.

Fungsi dari internet banking adalah memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi finansial maupun non-finansial tanpa harus datang ke kantor bank, internet banking memudahkan nasabah karena bisa diakses cukup menggunakan *handphone* saja yang mempunyai akses internet. Contoh transaksi non-finansial meliputi informasi saldo, informasi mutasi rekening, dan lain-lain. Internet banking pada Bank Syariah Indonesia tidak banyak digunakan oleh nasabah perorangan karena ada biaya bulanan sebesar Rp 2.500 dan bagi nasabah perusahaan akan dikenakan biaya bulanan sebesar Rp 10.000. Cara mendaftar internet banking dengan syarat harus sudah memiliki rekening bank tersebut dan mendatangi cabang bank terdekat.

#### **2.1.10 Mobile Banking**

*Mobile Banking* adalah langkah awal yang diambil perbankan dalam mengikuti evolusi menjadi *Financial Service Provider* (FSP) bank tidak hanya memiliki fungsi sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan uang, dimasa yang akan datang bank berfungsi sebagai tempat untuk mengelola keuangan nasabah.

*Mobile Banking* dapat digunakan untuk melakukan transaksi di ATM dan lokasi lain dimana perangkat mobile dapat digunakan, seperti di cabang (Turban, 2004). Bank menawarkan *mobile banking*, yang mirip dengan ATM kecuali untuk penarikan tunai, menurut Hutabarat. *Mobile banking*, menurut Mattila, adalah layanan yang

disediakan oleh bank melalui saluran nirkabel.

### 2.1.11 Nasabah

Nasabah lembaga keuangan dianggap sebagai "pelanggan" menurut standar KBBI. Di sini, perhatian penulis tertuju pada pelanggan, yang memiliki kedudukan hukum di dalam lembaga dan oleh karena itu mengetahui hak istimewa serta kewajibannya.

Boediono berpendapat bahwa di era persaingan kualitas yang meningkat, perusahaan harus fokus pada pelanggan mereka jika ingin berkembang. Nasabah, dalam pandangan Pardede, adalah mereka yang menaruh kepercayaan pada bank dan berharap mendapat kompensasi atas penghematan yang mereka lakukan.

## 2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Asti Marlina dan Widhi Ariyo Bimo, Jurnal Ilmiah Inovator, Fakultas Ekonomi Universitas	<i>"Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank"</i> .	Nasabah BTN Syariah lebih bahagia karena penggunaan digital banking perusahaan. Pelanggan telah senang dan terbantu dengan sistem	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Variabel Penelitian</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul>

	Ibn Khaldun Bogor, 2018		perbankan digital baru ini sejauh ini.	
2.	Cindy Claudia Kho, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya. 2017	<i>“Studi Kuantitatif Pengaruh Self- Service Technology Quality (SSTQUAL) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Pada Fasilitas Input Online di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya”</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa self-service technology quality (SSTQUAL) tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, self- service technology quality (SSTQUAL) berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa, kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Variabel Penelitian</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul>

3.	<p>Jaabir, I Wayan Bagia, Putu Indah Rahmawati, Managemen t Departemen t, Magister, Ganesha University of Education, Singaraja. 2022</p>	<p><i>“The Effect of the Implementation of BNI SONIC (Self- Service Opening Account) on Improving the Quality of Customer Service Service at BNI in Bali”</i></p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) tingkat kualitas pelayanan nasabah BNI dalam pembukaan rekening BNI manual menunjukkan kategori sangat rendah sebelum penerapan BNI SONIC, (2) Tingkat kualita pelayanan nasabah setelah penerapan BNI SONIC menunjukkan kategori sangat tinggi, (3) berdasarkan hasil independent simple t-test terdapat</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul>
----	--	---	---	---

			perbedaan yang signifikan antara rata-rata hasil kualitas layanan BNI Manual dan BNI SONIC.	
4.	Malinda Dewi Triawijati, Jurusan Manajemen. Universitas Dian Nuswantoro Semarang	<i>“Analisis Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Pelayanan E-Banking PT. Bank Rakyat Indonesia, TBK Cabang Semarang Patimura”</i>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel kinerja, informasi, keamanan, sensasi berpengaruh positif dan signifikan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Variabel Penelitian</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul>
5.	Melinda Ramadhanti, Noor Shodiq, M. Cholid Mawardi,	<i>“Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self-Service Technology Terhadap</i>	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel ATM, Internet Banking dan Mobile Banking	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul>

	Universitas Islam Malang. 2019	<i>Kepuasan Mahasiswa UNISMA Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2018 dan 2019)</i>	berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa	
6.	Mochamad Yuuf, Hendri Hermawan Nugraha, Muhammad Tufiq Abadi, IAIN Pekalongan. 2022	<i>“The Effect Of Marketing Mix, Self-Service Technology, and Digital Banking On Customer Satisfaction at Indonesian Sharia Bank Of Pekalongan Pemuda”</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel perbankan digital berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan bauran pemasaran tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> </ul>
7.	Mohammed	<i>“The impact of Self-Service</i>	Hasil penelitian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> </ul>

	<p>Sedighiman esh, Ali</p> <p>Sedighiman esh, Neda</p> <p>Ashghaei, Internationa l Journal Of Scientific &amp; Technology Researc Volume 6, Iue 07, July 2017</p>	<p><i>Technology On Customer Satisfaction Of Online Stores”</i></p>	<p>menunjukkan bahwa penelitian semua telah dikonfirmasi, dapat disimpulkan bahwa model konseptual dievaluasi dan dikonfirmasi dalam masyarakat dan memiliki intregitas yang dibutuhkan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Penelitian</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul>
8.	<p>Runita Kartika Sari Girsang, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, 2021</p>	<p><i>“The Influence Of Self-Service Technology And Customer Relationship Marketing On Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction”</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh langsung teknologi swalayan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi Penelitian</li> <li>• Variabel Penelitian</li> <li>•</li> </ul>



9.	Tamaruddin , Achmad Firdaus, Endri. Institut Agama Islam Tazkia, Universitas Mercuru Buana. 2020	<i>“Customer Satisfaction Mediates the Effect of Self Service Technology on Customer Loyalty in of Islamic Bank E-Banking Services in Indonesia”</i> .	Kepuasan pelanggan dengan layanan e-banking tidak dipengaruhi oleh teknologi layanan mandiri, kualitas layanan, reputasi, atau nilai pelanggan, tetapi dipengaruhi oleh keempat faktor ini: layanan mandiri, kualitas layanan, reputasi, dan nilai pelanggan.  Teknologi self-service tidak berdampak pada loyalitas nasabah di e-banking, namun ada keterkaitan antara teknologi self-service dan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variabel Penelitian</li> <li>• Objek Penelitian</li> </ul>
----	--	--	--	---

			<p>layanan perbankan, dan kepuasan nasabah berdampak pada loyalitas nasabah di e-banking. Syariah, Teknologi swalayan memiliki dampak besar pada kualitas loyalitas pelanggan, reputasi, dan nilai pelanggan pada layanan online bank syariah di Indonesia, menurut sebuah studi baru-baru ini.</p>	
10.	<p>Ting Jessica Christabella, Jessica Della Tedjakusuma, Agung</p>	<p><i>“Pengaruh Kualitas Layanan Self-ervice Technology Terhadap Kepuasan</i></p>	<p>Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objek Penelitian</li> <li>• Lokasi Penelitian</li> </ul>

	<p>Harianto, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, 2018</p>	<p><i>Konsumen Di Restoran Genki Sushi Surabaya”</i></p>	<p><i>Self-Service Technology</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen di Genki sushi Surabaya dan variabel functionality memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.</p>	
--	--	--	--	--

*Tabel 2.1 Penelitian relevan*

### **2.3 Kerangka Berpikir**

Seiring dengan berkembangnya teknologi di Indonesia, khususnya didunia perbankan membuat aktivitas keuangan nasabah mulai diwarnai dengan layanan perbankan digital. Layanan digital memberikan keuntungan pada nasabah sejalan dengan banyaknya kemudahan yang diberikan. Masyarakat generasi sekarang mulai menganggap ATM, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking* adalah hal yang biasa. Di jaman seperti sekarang ini, masyarakat mulai tertarik ketika mereka bisa membuat rekening, menabung serta mengajukan pinjaman tidak harus datang pada

bank yang bersangkutan. Dengan demikian, bank bisa melihat potensi dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.

Tujuan dari hadirnya pelayanan secara digital pada lembaga keuangan khususnya bank syariah adalah ATM, *mobile banking*, dan *internet banking* semuanya harus mudah digunakan sendiri oleh klien, sehingga dapat menghemat waktu dan uang. Pelanggan dapat dengan mudah menemukan, berkomunikasi, mendaftar, membuka, bank, dan menutup rekening berkat layanan digital.

Jumlah orang yang menggunakan ATM, kartu debit, kartu kredit, dan *e-money* untuk melakukan pembayaran nontunai menurun. Preferensi dan penerimaan masyarakat terhadap sistem keuangan digital, seperti *e-commerce*, untuk kebutuhan sehari-hari merupakan perkembangan positif. Selama epidemi Covid-19, munculnya layanan digital memiliki pengaruh yang menguntungkan pada bisnis keuangan. Sejak epidemi, *platform e-commerce* dan alat digital telah berkembang biak, dan publik telah menunjukkan ketertarikan dan penerimaan yang signifikan terhadap teknologi digital. Pelanggan lebih sering beralih ke layanan digital selama pandemi Covid-19, sebagian karena pembatasan pemerintah terhadap kegiatan sosial masyarakat yang menyebabkan bank dan lembaga keuangan lainnya mengurangi operasi cabang fisik untuk mendukung perbankan digital dengan lebih baik. Ini harus menguntungkan pelanggan dan masyarakat secara keseluruhan.

**Hubungan Dimensi *Functionality* Dalam Kualitas Layanan *Self Service***

### **dan Kepuasan Konsumen**

Menurut Lindan Hsieh (2011) terdapat empat komponen utama yang membentuk dimensi *Funcionality* yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Simple and Easy To Use*, *Respon Request Quickly*. Penelitian tersebut sejalan dengan pernyataan Dabholkar (1996) yang mengatakan bahwa pengiriman dan respons yang cepat meningkatkan kualitas layanan yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan *Self Service Technology*. Hal ini dikuatkan dengan penelitian Gunawardana, Kulathunga, dan Perera (2015) yang menyatakan bahwa penghematan waktu yang ditawarkan pada layanan *self service* memegang peranan penting dalam kepuasan konsumen.

### **Hubungan Dimensi *Enjoyment* Dalam Kualitas Layanan *Self-Service* dan Kepuasan Konsumen**

Lin dan Hsieh (2011) menyatakan bahwa dimensi *enjoyment* adalah karakteristik penting dari kualitas layanan *Self Service*. Seperti yang dikemukakan oleh Dabholkar (1996) bahwa kesenangan atau *enjoyment* adalah faktor penentu kualitas layanan *self-service* dengan membandingkan dengan layanan tradisional. Orel dan Kara (2013) mengemukakan bahwa dimensi *enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Hubungan Dimensi *Security/Privacy* Dalam Kualitas Layanan *Self-Service* dan Kepuasan Konsumen**

Lin dan Hsieh (2011) mengatakan bahwa keamanan dan privasi

berperan penting untuk menciptakan keamanan konsumen. Penelitian Considine dan Cormican (2016) menunjukkan dimensi *security* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Gunawardana, Kaluthunga, Parera (2015) mengatakan bahwa instruksi yang jelas pada layanan *self-service* mengurangi usaha dan resiko dari mempelajari fitur baru dengan menghabiskan waktu dan kemungkinan membuat kesalahan. Penelitian Orel dan Kara (2013) menunjukkan bahwa tidak semua dimensi pada SSTQUAL (*Self-Service Technologies*) dapat diterapkan pada semua *technology based Self Service Ecounter*, Orel dan Kara mengatakan bahwa *privacy/security* tidak cocok diterapkan pada supermarket *self-checkout* yang ditelitinya.

### **Hubungan Dimensi *Design* Dalam Kualitas Layanan *Self-Service* dan Kepuasan Konsumen**

Considine dan Cormican (2013) mengatakan bahwa tata *layout* dan estetika pada layanan akan membuat konsumen senang dan akan meningkatkan kualitas pelayanan. Orel dan Kara (2013) mengatakan bahwa keseluruhan desain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lindan Hsieh (2011) mengatakan bahwa peranan desain, tampilan dari layanan digital juga mempengaruhi konsumen dalam menggunakannya.

### **Hubungan Dimensi *Assurance* Dalam Kualitas Layanan *Self-Service* dan Kepuasan Konsumen**

Dabholkar (1996) mengatakan bahwa ketepatan dan kompetensi

sangat penting dalam mengevaluasi dan memutuskan untuk menggunakan layanan *self-service* berbasis teknologi. Gunawardana, Kulathunga, dan Parera (2015) menemukan bahwa jaminan dan keamanan berhubungan satu sama lain dalam membangun kualitas layanan *self-service* yang baik dan persepsi konsumen. Orel dan Kara (2013) juga mengatakan bahwa dimensi *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

#### **Hubungan Dimensi *Convenience* Dalam Kualitas Layanan *Self Service* dan Kepuasan Konsumen**

Gunawardana, Kulathunga, dan Parera (2015) mengatakan bahwa dimensi *Convenience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menciptakan transaksi yang efektif. Orel dan Kara (2013) juga menyebutkan bahwa dimensi *Convenience* berpengaruh dalam kepuasan konsumen. Meuter et al (2000) kemudahan dalam pengoperasian menjadi penyebab kenyamanan pengguna layanan *self-service*, Meuter et al juga mengatakan bahwa kenyamanan yang dihasilkan akan menciptakan konsumen yang puas.

#### **Hubungan Dimensi *Customization* Dalam Kualitas layanan *Self-Service* dan Kepuasan Konsumen**

Lin dan Hsieh (2011) mengatakan bahwa dimensi ini dapat diubah sesuai preferensi konsumen, kemampuan yang fleksibel memungkinkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Considine dan Cormican (2016) menunjukkan bahwa konsumen merasa bahwa menggunakan layanan

*self-service* dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara khusus. Namun Orel dan Kara (2013) menyebutkan bahwa dimensi ini tidak cocok jika diterapkan pada supermarket *self-checkout* karena *supermarketself-checkout* yang ditelitinya tidak menyediakan fitur yang mendukung konsumen untuk menyesuaikan kebutuhan konsumen layaknya *online banking*.

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis ini hanyalah tebakan pertama atas jawaban atas pertanyaan itu, yang akan membutuhkan konfirmasi dengan bukti yang lebih banyak dan lebih komprehensif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *self service technology* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Klaten. Berikut ini adalah penjelasan dari hipotesis utama penelitian:

H1 : Terdapat pengaruh variabel X1 (ATM) terhadap Y (Kepuasan Nasabah)

H2 : Terdapat pengaruh variabel X2 (*Mobile Banking*) terhadap Y (Kepuasan Nasabah)

H3 : Terdapat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian**

Waktu penelitian dilaksanakan di bulan Maret hingga selesai, dan wilayah yang dipakai ada penelitian ini yakni sekitar kota Klaten.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Metode penelitian kuantitatif dan analisis data statistik digunakan untuk menganalisis populasi dan sampel tertentu guna membuktikan atau menguji hipotesis yang telah dibuat.

#### **3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Ada beberapa cara untuk mendefinisikan populasi: orang, objek, atau hal-hal yang dapat dijadikan sampel dan sesuai dengan kondisi tertentu untuk suatu topik penelitian (KBBI, 2015:1094).

Istilah “populasi” dapat digunakan untuk merujuk pada suatu tempat dan periode sejarah tertentu yang diminati oleh seorang peneliti. Seperti yang didefinisikan oleh Sugiyono (2005:90), populasi adalah bidang umum yang terdiri dari objek dan subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu. dan atribut. Populasi pada peneletian ini adalah masyarakat daerah Klaten.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah representasi dari subset dari seluruh populasi. Saat melakukan penelitian, pengambilan sampel adalah penggunaan statistik atau perkiraan penelitian untuk menetapkan ukuran sampel (Sugiyono, 2006, hlm. 80). Proses pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga sampel yang diambil mewakili populasi.

Ada 25 orang dalam penelitian ini, dan Sugiyono (2005:98) menunjukkan bahwa ukuran sampel pada tingkat signifikan lima persen seharusnya 23. Apa pun yang dapat digunakan untuk melambangkan kelompok yang lebih luas, menurut KBBI (2015/17). Sampel dapat didefinisikan sebagai subset atau perwakilan dari populasi yang diteliti, menurut Arikunto (2013:109). Sampel pada penelitian ini adalah masyarakat daerah Klaten pengguna Bank Syariah Indonesia KCP Klaten.

Hanya sampel dengan setidaknya 50 sampel yang dapat dipertimbangkan, menurut Hair et al. (2010:101). Jumlah sampel umumnya harus 100 atau lebih dan setidaknya 5 sampel harus disertakan, menurut Hair et al. Lebih baik untuk memeriksa sepuluh kali lebih banyak faktor. Ada banyak penyelidikan dan analisis yang dilakukan. Rumus Hair digunakan karena populasi belum diketahui secara pasti. Rumus jumlah sampel minimal 5-10kali dari jumlah indikator, peneliti berasumsi batas terendah

adalah 5 dan batas tertinggi adalah 10, maka rumus :

$$((5+10) : 2) \times \text{jumlah indikator}$$

$$(15 : 2) \times 15$$

$$7,5 \times 15 = 112,5 \text{ dibulatkan menjadi } 113 \text{ responden.}$$

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian berjudul “Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten”. Teknik yang dipakai oleh peneliti pada pengambilan sampel yakni teknik *Cluster Sampling*.

Teknik *Cluster Sampling* atau *sampling area* digunakan peneliti karena populasi sangat luas, yakni masyarakat di Kabupaten Klaten. Terdapat kriteria sampel yang diambil pada penelitian ini yakni :

1. Masyarakat yang berdomisili di Klaten.
2. Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten.
3. Nasabah yang menggunakan ATM, Internet Banking, dan Mobile Banking.

## 3.4 Data dan Sumber Data

### 3.4.1 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini yakni berupa data kuantitatif. Data Kuantitatif adalah data yang mana bisa dilakukan penghitungan serta dapat diukur, informasi yang berwujud angka dan bilangan.

### **3.4.2 Sumber Data**

Data Primer adalah data yang belum pernah dilakukan pengumpulan sebelumnya, mengacu pada data yang berasal dari peneliti untuk pertama kalinya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data memiliki dampak yang signifikan terhadap keakuratan dan relevansi hasil. Metode penyebaran kuesioner online digunakan dalam penelitian ini. Penyebaran kuesioner termasuk pertanyaan tertulis dan menyajikannya kepada responden untuk mendapatkan informasi dikenal sebagai strategi penyebaran kuesioner.

Nazir, Setiap item dalam kuesioner dimaksudkan untuk menjawab masalah penelitian tertentu. Setiap pertanyaan memiliki jawaban yang berhubungan dengan hipotesis yang sedang diuji validitasnya. Seperti yang dikatakan Suharsimi Arikunto, kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang diajukan kepada orang-orang yang bersedia menjawab permintaan pengguna.

### **3.6 Variabel Penelitian**

Sebuah objek studi mungkin memiliki berbagai nilai tergantung pada kualitas variabel yang digunakan untuk menggambarannya (Silaen 2018:69).

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015, h.38) dengan kata lain, variabel penelitian adalah atribut atau

jenis atau nilai yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.

### **3.7.1 Variabel Independen**

Variabel independen adalah suatu variabel terikat atau terjadinya suatu variabel terikat dapat dipengaruhi oleh suatu variabel bebas (Anshori & Iswati, 2009:22). Variabel bebas penelitian adalah sebagai berikut adalah ATM (X1), *Mobile Banking* (X2).

### **3.7.2 Variabel Dependen**

Tergantung pada variabel independen, kita dapat menyimpulkan bahwa variabel dependen memiliki pengaruh terhadapnya dalam beberapa cara (Anshori & Iswati, 2009: 22). Variabel terikat penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y) pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia KCP Klaten.

## **3.8 Teknik Analisis Data**

### **3.8.1 Uji Instrumen**

Pengujian instrumental dilakukan untuk melihat apakah query yang disebarluaskan dapat digunakan untuk tujuan penelitian atau tidak. Temuan studi ini dapat digunakan untuk membuat informasi tentang validitas dan reliabilitas.

#### **1. Uji Validitas**

Validitas merupakan dalam hal ini, perangkat yang dipermasalahkan mampu mengukur materi pelajaran yang ada.

Jika instrumen mengukur apa yang dirancang, maka instrumen tersebut efektif. Uji validitas ini didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut:

- “Jika nilai **sig** > **0.05** maka variabel tersebut **tidak valid**
- Jika nilai **sig** < **0.05** maka variabel tersebut **valid**
- Jika nilai **r hitung** < **r tabel** maka variabel tersebut **tidak valid**
- Jika nilai **r hitung** > **r tabel** maka variabel tersebut **valid**”.

## 2. Uji Reliabilitas

Seberapa baik hasil memanfaatkan dan menciptakan hasil yang sama diukur dengan uji reliabilitas, menurut Sugiyono (2017:30). Ketika hal yang sama dapat diukur dan temuan yang sama diperoleh dengan menggunakan peralatan yang sama, itu dianggap dapat diandalkan. Pengambilan keputusan tes ketergantungan ini didasarkan pada hal-hal berikut:

- “Jika nilai **cronbach alpha** > **0,6** maka data tersebut **reliable**
- Jika nilai **cronbach alpha** < **0,06** maka data tersebut **tidak reliable**”.

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk analisis regresi linier berganda menggunakan kuadrat

terkecil biasa, diperlukan pengujian hipotesis klasik, menurut Sunjoyo et al. (2013: 54). (OLS). Sebelum mengevaluasi suatu hipotesis, diperlukan pengujian hipotesis klasik.

### 1. Uji Normalitas

Penting untuk mengetahui apakah variabel independen dan dependen dalam suatu model regresi berdistribusi teratur, seperti yang dikemukakan oleh Ghozali (2016). Uji statistik akan gagal jika variabel tidak terdistribusi secara teratur. Dengan menggunakan uji normalitas ini sebagai alat pengambilan keputusan, kita dapat mengambil keputusan berdasarkan:

- “Jika nilai **sig kolmogorov smirnov**  $> 0.05$  maka data berdistribusi **normal**
- Jika nilai **sig kolmogorov smirnov**  $< 0.05$  maka data **tidak** berdistribusi **normal**”.

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas, menurut Ghozali (2016), dapat membantu menentukan apakah suatu model regresi memiliki hubungan antara variabel independennya dengan variabel dependennya. Uji multikolinearitas ini bergantung pada hal-hal berikut:

- “Jika nilai **VIF**  $< 10$  dan nilai **tollarence value**  $> 0.1$  maka **tidak terjadi** multikolinearitas antar variabel
- Jika nilai **VIF**  $> 10$  dan nilai **tollarence value**  $< 0.1$  maka **terjadi** multikolinearitas”.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013:139) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah residual model regresi dari satu pengamat dan pengamat lainnya tidak sama variansnya. Premis pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas ini adalah:

- “Jika **titik menyebar** dan **tidak membentuk pola**, maka **tidak terjadi** heteroskedastisitas pada model regresi
- Jika **titik membentuk polatertentu**, maka **terjadi** heteroskedastisitas pada model regresi”.

#### 3.8.3 Uji Ktetetapan Model / Uji Hipotesis

##### 1. Uji F (Simultan)

Kuncoro (2009) mengatakan bahwa uji F digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen signifikan. Dalam uji-F ini, kerangka pengambilan keputusan adalah:

- “Jika nilai **sig < 0,05** dan **F hitung > F tabel**, maka H4 **diterima** dan bisa disimpulkan **terdapat pengaruh** antara variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y
- Jika nilai **sig > 0.05** dan **F hitung < F tabel**, maka H4 **ditolak**. Dan bisa disimpulkan **tidak ada pengaruh** antara variabel X1, X2, dan X3 tergapad variabel Y”.

##### 2. Uji T(Parsial)

Ketika menghasilkan hipotesis untuk masalah yang



mebutuhkan hubungan antara dua variabel atau lebih, Sugiyono (2018:223) mengatakan bahwa uji t merupakan respon ad hoc. Uji hipotesis dilakukan untuk menilai korelasi antara dua variabel yang diuji. Uji-t ini bergantung pada hal-hal berikut:

- “Jika nilai **sig < 0.05** dan **T hitung > T tabel**, maka H1 **diterima** dan bisa disimpulkan **terdapat pengaruh** antara variabel X1 terhadap Y
- Jika nilai **sig > 0.05** dan **T hitung < T tabel**, maka H1 **ditolak** dan bisa disimpulkan **tidak terdapat pengaruh** antara variabel X1 terhadap Y”.

### 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Variabel X dan Y diuji deterministik untuk melihat seberapa dekat keterkaitannya, dan nilai representasi variabel independen terhadap variabel dependen juga dinilai menggunakan tes deterministik.

### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Model ini digunakan untuk menguji pengaruh berbagai faktor independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan regresi linier berganda Untuk mengetahui pengaruh fasilitas SST terhadap kebahagiaan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Klaten, maka dilakukan uji regresi linier berganda. Berikut ini adalah persamaan untuk regresi linier berganda:

$$y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + b_3.x_3$$

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kinerja perbankan dalam melayani nasabah BSI KCP Klaten pada masa pandemi dengan memanfaatkan teknologi *Self Service Technology*, peneliti melakukan pencarian data dengan menyebarkan kuesioner online di sekitar kota Klaten agar data yang didapatkan berdasarkan fakta lapangan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, maka hasil dari penelitian ini berupa angka yang diperoleh dan diolah untuk membuktikan hipotesis yang telah dibuat.

##### **4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan**

###### **1. Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia, berdedikasi untuk melayani masyarakat yang taat pada Syariah. Jumadil Akhir 1442 H. Bank Syariah Indonesia BNI Syariah dan BRI Syariah melebur menjadi satu bank baru pada 1 Februari 2021, pukul 13.00 WIB menjadi Bank Syariah Indonesia.

Akan ada bank syariah yang lebih kuat dengan layanan yang lebih luas, cakupan yang lebih baik, dan modal yang lebih

banyak jika tiga bank syariah terbesar itu bergabung. Bank syariah Indonesia harus mampu bersaing di skala global berkat dukungan industri BUMN.

Perkembangan Bank Syariah Indonesia untuk menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka memiliki potensi sangat terbuka di tingkat global, peluang didukung faktanya, Indonesia adalah rumah bagi populasi Muslim terbesar di dunia. Tulang punggung keuangan industri halal, Bank Syariah Indonesia, memainkan peran kunci dalam memungkinkan kegiatan ekonomi dan berjuang untuk mencapai aspirasi nasional.

Di Kabupaten Klaten sendiri terdapat tiga (3) cabang Bank Syariah Indonesia yang berlokasi di :

<b>NO</b>	<b>Cabang</b>	<b>Alamat</b>
<b>1.</b>	KCP Klaten Pemuda 2	Ruko Royal Klaten, Jl. Pemuda No.58
<b>2.</b>	KCP Klaten Veteran	JL. Veteran No. 77 A rt.02/rw.11
<b>3.</b>	KCP Klaten Pemuda 1	Komplek Ruko Royal Pemuda 58, JL.Pemuda No.292, Kel. Tonggalan, Kec. Klaten Tengah, Kb. Klaten Jawa Tengah.

***Tabel 4.1 BSI Klaten***

Keunggulan dari Bank Syariah Indonesia adalah penggunaan ATM yang bisa digunakan di beberapa ATM lain seperti ATM Mandiri, ATM Bank Negara Indonesia (BNI), dan ATM Bank

Republik Indonesia (BRI). Dengan demikian para nasabah Bank Syariah Indonesia bisa dengan mudah bertransaksi menggunakan ATM BSI dimana saja dan kapan saja.

## **2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia**

a. Bank Syariah Indonesia memiliki visi :

Top 10 Global Islamic Bank

b. Bank Syariah Indonesia memiliki misi :

1. “Memberikan akses solusi keuangan syariah Indonesia

Melayani >20juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500T+) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat ( PB>2)

3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggan para talenta terbaik Indonesia.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada perkembangan karyawan dengan budaya berbisnis kinerja”.

## **3. Layanan Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia memiliki layanan seperti :

1. Tabungan (Berbagai produk tabungan sesuai prinsip syariah)
2. Haji dan Umroh (Beragam produk haji dan umroh unggulan)
3. Pembiayaan (Beragam pembiayaan sesuai syariah)
4. Investasi (Beragam produk investasi sesuai syariah)
5. Transaksi (Produk dan layanan untuk menunjang transaksi)
6. Emas (Produk emas unggulan)
7. Bisnis / Wirausaha (Layanan bagi pelaku usaha kecil dan mikro)
8. Prioritas (Layanan istimewa bagi pribadi muslim istimewa)

### **3.1.2 Gambaran Umum Responden**

Karakteristik responden yang diambil pada penelitian ini adalah :

- Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten
- Nasabah yang berdomisili di kota Klaten
- Nasabah yang menggunakan ATM, Internet Banking dan Mobile Banking.

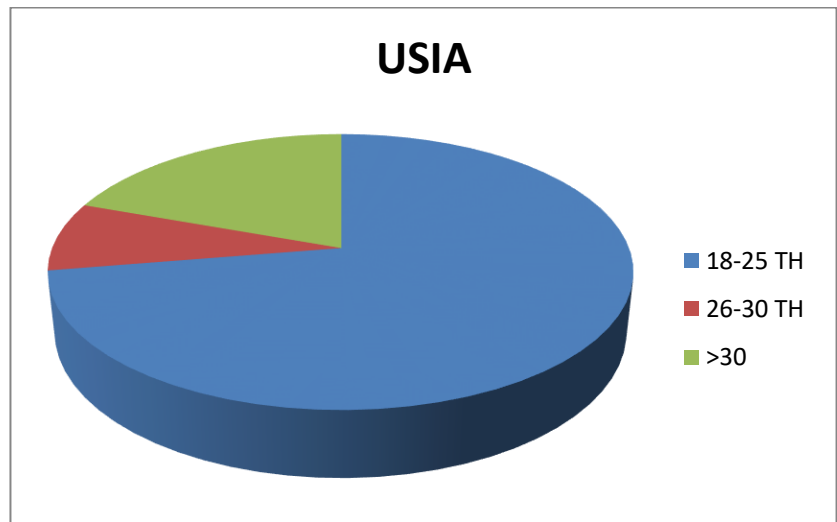
Setelah melakukan penelitian di kota Klaten didapatkan hasil bahwa responden yang berpartisipasi banyak yang tidak menggunakan *internet banking*, karena penggunaan *internet banking* oleh nasabah perorangan akan dikenakan

biaya perbulan sebesar Rp 2.500 oleh karena itu variabel *internet banking* dalam penelitian ini dihapuskan.

Demografi responden mencakup, usia, tempat tinggal, dan jenis kelamin, dan penggunaan situs mereka.

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia berikut ini terdiri dari 18-25 tahun, 26-30 tahun, >30 tahun dan digambarkan sesuai diagram dibawah ini :



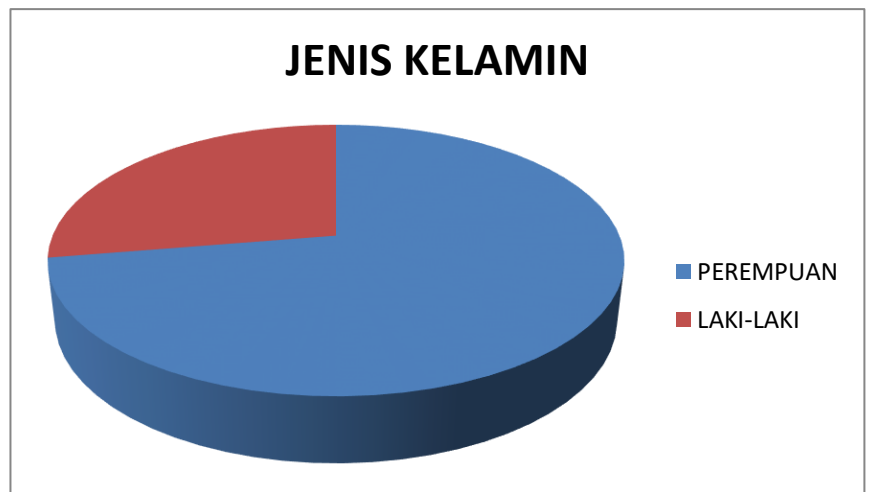
**Gambar 4.1 Diagram Usia**

Dari gambar diatas terlihat bahwa dari 122 responden, frekuensi responden yang berusia 18-25 tahun berjumlah 88 orang dengan presentase 72.4%, frekuensi responden berusia 26-30 tahun berjumlah 10 orang dengan presentase 8.1%, dan frekuensi responden yang berusia >30 tahun berjumlah 24 orang dengan presentase 19.5%.

Dari presentase tersebut bisa diperlihatkan bahwasannya responden sesuai dengan usia lebih dominan dengan responden yang memiliki usia 18-25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 88 orang atau sebesar 72.4%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin berikut ini terdiri dari laki-laki dan perempuan dan digambarkan sesuai diagram dibawah ini :



*Gambar 4.2 Diagram Jenis Kelamin*

Dari gambar diatas terlihat bahwa dari 122 responden, frekuensi responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 88 orang dengan presentase 72.4%, dan frekuensi responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 34 orang dengan presentase 27.6%.

Dari presentase diatas dapat dilihat bahwa kriteria

responden sesuai dengan jenis kelamin lebih dominan dengan responden yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 88 orang atau sebesar 72.4%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili berikut berisi berapa banyak responden yang berdomisili di Klaten dan digambarkan sesuai diagram dibawah ini :



*Gambar 4.3 Diagram Domisili*

Dari gambar diatas terlihat bahwa dari 122 responden, frekuensi responden yang berdomisili di Klaten berjumlah 119 orang dengan presentase 97.6%, dan frekuensi responden yang tidak berdomisili di Klaten berjumlah 3 orang dengan presentase 2.4%.

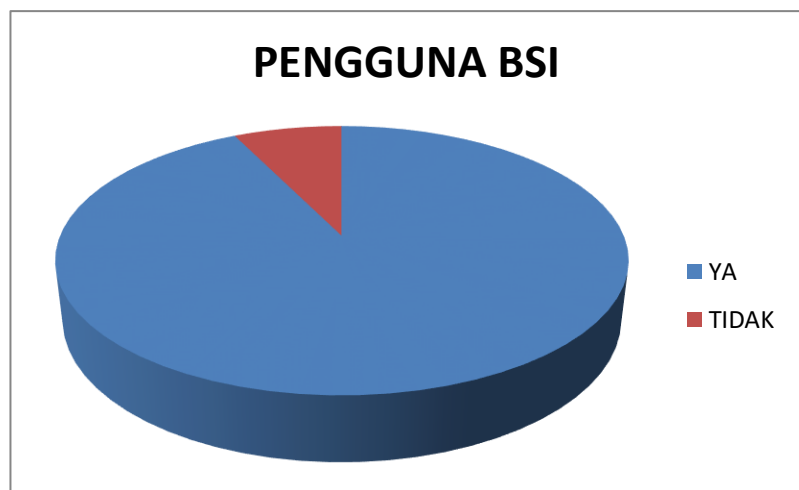
Dari presentase diatas dapat dilihat bahwa kriteria responden sesuai dengan domisili lebih dominan dengan



responden yang berdomisili di Klaten dengan jumlah responden sebanyak 119 orang atau sebesar 97.6%.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan BSI

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan berikut berisi berapa banyak responden yang menggunakan Bank Syariah Indonesia dan digambarkan sesuai diagram dibawah ini :



*Gambar 4.4 Diagram Pengguna BSI*

Dari gambar diatas terlihat bahwa dari 122 responden, frekuensi responden yang menggunakan BSI KCP Klaten berjumlah 113 orang dengan presentase 92.7%, dan frekuensi responden yang tidak menggunakan BSI KCP Klaten berjumlah 9 orang dengan presentase 7.3%.

Dari presentase diatas dapat dilihat bahwa kriteria responden sesuai dengan penggunaan BSI KCP Klaten lebih dominan dengan responden yang menggunakan BSI KCP Klaten dengan jumlah responden sebanyak 113 orang atau sebesar 92.7%.

## 4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

### 4.2.1 Uji Instrumen

#### 4.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan kepada 113 responden dan menggunakan taraf signifikan 5%, dengan pengambilan keputusan :

- “Jika nilai **sig** > **0.05** maka variabel tersebut **tidak valid**.
- Jika nilai **sig** < **0.05** maka variabel tersebut **valid**.
- Jika nilai **r hitung** < **r tabel** maka variabel tersebut **tidak valid**.
- Jika nilai **r hitung** > **r tabel** maka variabel tersebut **valid**”.

Pada variabel ATM (X1), Mobile Banking (X2), dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai  $\text{sig} < 0.05$  dan memiliki nilai  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Bisa disimpulkan bahwa semua item pertanyaan valid dan bisa digunakan untuk tolak ukur sejauh mana data penelitian yang terkumpul.

Hasil dari uji validitas adalah sebagai berikut :

Variabel	Item	Nilai				Keterangan
		R Hitung	R Tabel	Sig	Sig 0.05	
X1 (ATM)	X1.1	0.779	0.117	0.00	0.05	VALID
	X1.2	0.766	0.117	0.00	0.05	VALID
	X1.3	0.739	0.117	0.00	0.05	VALID
	X1.4	0.838	0.117	0.00	0.05	VALID
	X1.5	0.847	0.117	0.00	0.05	VALID
X2 (Mobile Banking)	X3.1	0.685	0.117	0.00	0.05	VALID
	X3.2	0.788	0.117	0.00	0.05	VALID
	X3.3	0.843	0.117	0.00	0.05	VALID
	X3.4	0.831	0.117	0.00	0.05	VALID

	4					
	X3.	0.815	0.11	0.0	0.0	VALID
	5		7	0	5	
Y (Kepuasan Nasabah)	Y.1	0.812	0.11	0.0	0.0	VALID
			7	0	5	
	Y.2	0.861	0.11	0.0	0.0	VALID
			7	0	5	
	Y.3	0.874	0.11	0.0	0.0	VALID
			7	0	5	
	Y.4	0.879	0.11	0.0	0.0	VALID
			7	0	5	
	Y.5	0.792	0.11	0.0	0.0	VALID
			7	0	5	

*Tabel 4.3 Uji Validitas*

#### 4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan kepada 113 responden, dengan pengambilan keputusan :

- “Jika nilai **cronbach alpha** > **0,6** maka data tersebut **reliable**
- Jika nilai **cronbach alpha** < **0,06** maka data tersebut **tidak reliable**”.

Pada variabel ATM (X1), Internet Banking (X2), Mobile Banking (X3), dan Kepuasan Nasabah (Y)

memiliki nilai cronbach alpha  $> 0,6$ . Bisa disimpulkan bahwa semua item pertanyaan reliable dan bisa digunakan untuk tolak ukur sejauh mana data penelitian yang terkumpul. Hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Standar Nilai</b>	<b>Keterangan</b>
X1 (ATM)	0.867	0.6	RELIABLE
X2 (Mobile Banking)	0.863	0.6	RELIABLE
Y (Kepuasan Nasabah)	0.899	0.6	RELIABLE

*Tabel 4.4 Uji Reliable*

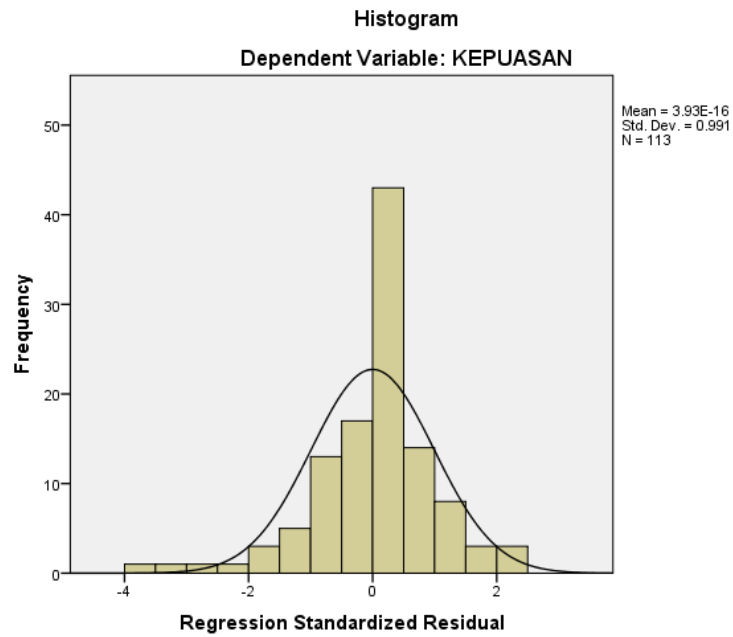
## 4.2.2 Uji Asumsi Klasik

### 4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati tiga cara yaitu :

#### 1. Histogram

Dilihat pada tabel histogram dengan dasar pengambilan keputusan jika gambar membentuk gunung, maka bisa disebut normal. Hasil dapat dilihat sebagai berikut :

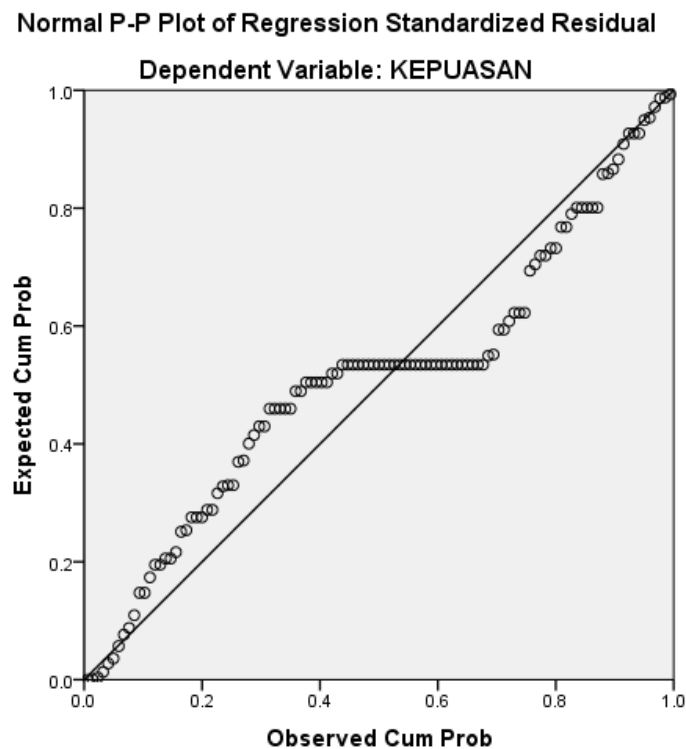


***Gambar 4.5 Histogram***

Dengan memperhatikan pada gambar diatas bisa diberikan simpulan bahwasannya gambar membentuk gunung, maka bisa dikatakan bahwa model regresi berdistribusi normal dan sesuai dengan uji normalitas.

## 2. P-Plot

Dilihat pada tabel P-Plot dengan dasar pengambilan keputusan jika titik-titik mengikuti garis diagonal, maka bisa disebut normal. Hasil dapat dilihat sebagai berikut :



*Gambar 4.6 P-Plot*

Gambar menunjukkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas berdasarkan distribusi titik-titik pada diagonalnya.

### 3. Kolmogorov-Smirnov

Dilihat pada tabel Kolmogorov-Smirnov dengan dasar pengambilan keputusan :

- “Jika nilai **sig kolmogorov smirnov**  $> 0.05$  maka data berdistribui **normal**
- Jika nilai **sig kolmogorov smirnov**  $< 0.05$  maka data **tidak** berdistribusi **normal**”.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			113
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.18932922
Most Extreme Differences	Absolute		.150
	Positive		.147
	Negative		-.150
Test Statistic			.150
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.011 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.009
		Upper Bound	.014

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

**Tabel 4.5 Kolmogorov-Smirnov Test**

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai sig Kolmogorov-Smirnov  $0.11 > 0.05$ , maka bisa dikatakan bahwa model regresi berdistribusi normal.

#### 4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dalam model regresi menguji hubungan antara variabel yang independen dan dependen satu sama lain. Uji multikolinearitas ini bergantung pada hal-hal berikut:

- “Jika nilai **VIF** < **10** dan nilai **tolerance value** > **0.1** maka **tidak terjadi** multikolinearitas
- Jika nilai **VIF** > **10** dan nilai **tolerance value** < **0.1** maka **terjadi** multikolinearitas”.

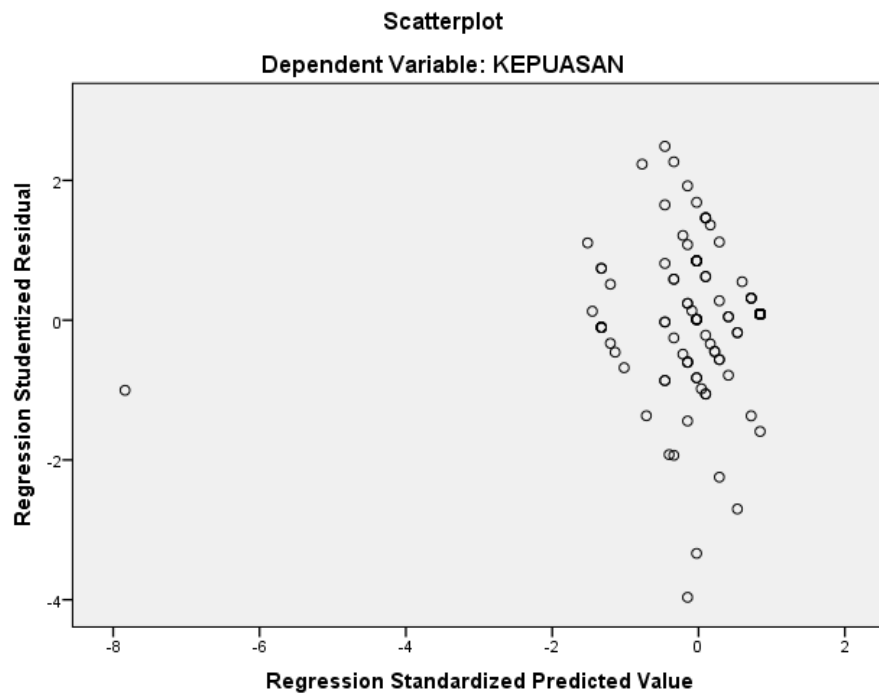


Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
XI (ATM)	0.202	4.945	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2 (Mobile Banking)	0.202	4.945	Tidak Terjadi Multikolinearitas

*Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas*

#### 4.2.2.3 Uji Heteroskedastitas

Tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik terdistribusi secara acak dan tidak membentuk pola pada scatter plot dengan dasar keputusan. Berikut adalah bagaimana hasilnya dapat dilihat:



***Gambar 4.7 Heteroskedastisitas***

Gambar diatas tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas berdasarkan grafik sebelumnya, yang menunjukkan bahwa titik-titik di atas dan di bawah 0 tidak membentuk pola tertentu.

### **4.2.3 Uji Regresi Linear Berganda**

Model ini digunakan untuk menguji pengaruh banyak faktor independen terhadap variabel dependen menggunakan regresi linier berganda Sebagai konsekuensinya, inilah yang kita miliki:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.021	1.146		.891	.375		
	ATM	.271	.107	.256	2.540	.012	.202	4.945
	MB	.684	.107	.643	6.382	.000	.202	4.945

a. Dependent Variable: KEPUASAN

***Tabel 4.7 Uji Linear Berganda***

Dilihat pada tabel di atas pada kolom *Unstandardized Coefficients* didapatkan nilai constant sebesar 1.021, X1 sebesar 0.271, X2 sebesar 0.684 Maka persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = 1.021 + 0.271 + 0.684$$

Penjelasan dari persamaan tersebut adalah :

1. Nilai  $a = 1.021$  merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Y (Kepuasan Nasabah) belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel X1 (ATM), X2 (Mobile Banking), maka besarnya Kepuasan Nasabah adalah 1.021.
2.  $b_1x_1$  (nilai koefisien regresi  $x_1$ ) sebesar 0.271 menunjukkan bahwa variabel ATM mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ATM akan mempengaruhi kepuasan nasabah

sebesar 0.271 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. .

3.  $b_{2x2}$  (nilai koefisien regresi  $x_2$ ) sebesar 0.684 menunjukkan bahwa variabel *Mobile Banking* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *Mobile Banking* akan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 0.684 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 3.2.4 Uji Hipotesis

#### 3.2.4.1 Uji T (Parsial)

Perumusan hipotesis :

$H_0$  : Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y

$H_a$  : Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Dasar Pengambilan Keputusan :

- “Jika nilai **sig** < **0.05** dan **T hitung** > **T tabel**, maka  $H_a$  **diterima** dan bisa disimpulkan **terdapat pengaruh** antara variabel X terhadap Y
- Jika nilai **sig** > **0.05** dan **T hitung** < **T tabel**, maka  $H_a$  **ditolak** dan bisa disimpulkan **tidak terdapat pengaruh** antara variabel X terhadap Y”.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.021	1.146		.891	.375		
	ATM	.271	.107	.256	2.540	.012	.202	4.945
	MB	.684	.107	.643	6.382	.000	.202	4.945

a. Dependent Variable: KEPUASAN

#### ***Tabel 4.8 Uji T (Parsial)***

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil dari uji T masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh X1 (ATM) terhadap Y (Kepuasan Nasabah)

Nilai T hitung dari variabel ATM adalah sebesar 2.540 dan didapatkan nilai T tabel sebesar 1.981.Maka :

$T \text{ hitung } 2.540 > T \text{ tabel } 1.981$

Nilai sig dari variabel ATM adalah sebesar 0.12.Maka :  $0.12 > 0,05$

Kesimpulannya adalah H0 diterima, dan H1 ditolak. Variabel X1 (ATM) **tidak berpengaruh** secara signifikan terhadap Y (Kepuasan Nasabah).

2. Pengaruh X2 (Mobile Banking) terhadap Y (Kepuasan Nasabah)

Nilai T hitung dari variabel *Mobile Banking* adalah sebesar 6.382 dan didapatkan nilai T tabel sebesar 1.981 Maka :

$T \text{ hitung } 6.382 > T \text{ tabel } 1.981$

Nilai sig dari variabel *Mobile Banking* adalah sebesar

0.00.Maka :  $0.00 < 0,05$

Kesimpulannya adalah  $H_0$  ditolak, dan  $H_2$  diterima. Variabel  $X_2$  (Mobile Banking) **berpengaruh** secara signifikan terhadap  $Y$  (Kepuasan Nasabah).

### 3.2.4.2 Uji F (Simultan)

Anda dapat menggunakan ini untuk melihat apakah semua variabel independen model Anda memengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Faktor-faktor berikut dipertimbangkan:

- “Jika nilai **sig** < **0,05** dan **Fhitung** > **Ftabel**, maka bisa disimpulkan bahwa **terdapat pengaruh** variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$
- Jika nilai **sig** > **0,05** dan **Fhitung** < **Ftabel**, maka bisa diimpulkan bahwa **tidak terdapat pengaruh** variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$ ”.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	542.354	2	271.177	188.288	.000 <sup>b</sup>
	Residual	158.424	110	1.440		
	Total	700.779	112			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), MB, ATM

**Tabel 4.9 Uji F (Simultan)**

Berdasarkan perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 188.288 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000<sup>b</sup>

maka :  $188.288 > 2.69$  dan  $0.000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, dan H0 ditolak. Variabel X1, dan X2 **berpengaruh secara** simultan terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah).

### 3.3 Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langung dengan menyebarkan kuesioner online kepada masyarakat di Kabupaten Klaten yang menjadi nasabah di BSI KCP Klaten, kemudian peneliti mengolah data hasil jawaban responden.

#### 1. Pengaruh Fasilitas ATM terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel ATM teruji valid dan reliable. Dari tabel coefficient diperoleh nilai Thitung sebesar 2.540 dan Ttabel sebesar 1.981 dengan nilai sig sebesar  $0.12 > 0.05$ , maka H0 diterima dan H1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ATM secara parsial **tidak berpengaruh** terhadap kepuasan nasabah.

Hasil dari uji linear berganda diperoleh nilai positif dengan nilai sebesar 0.271 hal ini menunjukkan bahwa jika ada peningkatan nilai sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0.271

artinya semakin tinggi pelayanan ATM maka semakin tinggi juga kepuasan nasabah.

## 2. Pengaruh Fasilitas *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel *Mobile Banking* teruji valid dan reliable. Dari tabel coefficient diperoleh nilai  $T_{hitung}$  sebesar 6.382 dan  $T_{tabel}$  sebesar 1.981 dengan nilai sig sebesar  $0.00 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Mobile Banking* secara parsial **berpengaruh** terhadap kepuasan nasabah.

Hasil dari uji linear berganda diperoleh nilai positif dengan nilai sebesar 0.684 hal ini menunjukkan bahwa jika ada peningkatan nilai sebesar 1 satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0.684 artinya semakin tinggi pelayanan *Mobile Banking* maka semakin tinggi juga kepuasan nasabah.

## 3. Pengaruh ATM, dan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ATM, dan *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten. Dari tabel anova diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 188.288 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2.69 dengan nilai sig sebesar  $0.00 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan jika variabel ATM memberikan pengaruh positif, maka akan diikuti pengaruh positif dari *Mobile Banking* begitu juga sebaliknya. Jadi ketika pelayanan ATM meningkat



maka pelayanan *Mobile Banking* juga meningkat, yang akan diikuti dengan peningkatan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *Mobile Banking* memiliki pengaruh lebih besar daripada ATM. Dapat dilihat pada tabel coefficients dalam nilai beta *Mobile Banking* sebesar 0.684 sedangkan nilai beta dari ATM sebesar 0.271

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Melinda Ramadhanti, Noor Shodiq, M. Cholid Mawardi dengan judul “*Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self-Service Technology Terhadap Kepuasan Mahasiswa UNISMA Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA angkatan 2018 dan 2019)*” bahwa variabel ATM, *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa secara positif dan signifikan (Melinda Ramadhanti, 2019).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara ATM, dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan :

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama diketahui secara parsial ATM tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah KCP Klaten.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua diketahui secara parsial *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi layanan *Mobile Banking* akan berdampak pada kenaikan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten.
3. Berdasarkan hasil hipotesis ketiga dari kedua variabel yaitu ATM, dan *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank Syariah KCP Klaten dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut.
4. Berdasarkan hasil penelitian di Kota Klaten didapatkan bahwa masyarakat tidak banyak yang menggunakan internet banking, dikarenakan penggunaan internet banking bagi nasabah perorangan akan dikenakan biaya perbulan sebesar Rp 2.500.

## 5.2 Saran

### 1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu Bank Indonesia Syariah (BSI) dan lembaga keuangan lainnya meningkatkan layanan digital dan memanfaatkan teknologi saat ini dengan lebih baik.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya memiliki harapan agar lebih memperbanyak objek penelitian, seperti bank konvensional dan juga lembaga keuangan lainnya untuk mengetahui bagaimana perbandingan pelayanan bank syariah dan bank konvensional.
- b. Penelitian selanjutnya dimaksudkan untuk memperluas cakupan penelitian dengan memasukkan faktor-faktor baru.
- c. Penelitian selanjutnya ukuran sampel yang lebih besar diharapkan dalam penelitian masa depan, memungkinkan untuk hasil yang lebih tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Perwataatmadja, Karnaen dan Syafi'i Antonio (1992), *Apa dan Bagaimana Bank Syariah*. Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf.
- Abdurrachman, A. (2014), *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perbankan*, Jakarta : PT. Pradya Pramitya.
- Briggs, S., Sutherland, J., & Drummond, S. (2007) Are hotel serving quality? an exploratory of service quality in the scottish hotel sector. *Tourism Management*, 28 (4), 1006-1019.
- Considine, E. & Cormican, K. (2016, October). Self-service technology adoption: An analysis of customer to technology interactions. *Procedia Computer Science*, 103-109.
- Dabholkar, P.A. (1996, June). Consumer evaluations of new technology-based self-service options: An investigation of alternative models of service quality. *International Journal of Research in Marketing*, 13(1), 29–51.
- Ellen, Florian (2004). *The Money Machines The Humble ATM Revolutionized the way we deal with money and turned global commerce into a 24/7 affair*. FORTUNE Magazine. Pennsylvania.
- Erik Meijer (2016) *Arti digitalisasi bagi perbankan*, diakses pada tanggal 4 Desember 2021 pada pukul 13:37 di <https://www.indotelko.com/read/1478927187/Arti-digitalisasi-perbankan>
- Fandy Tjiptono & Greforius Chandra (2011), *Service Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Gayuh Dwi Prakoso (2020), *Self Service Technology, Inovasi Perusahaan di Masa Pandemi*, diakses pada tanggal 2 April 2022 pukul 22:43 di <https://www.viva.co.id/vstory/opini-vstory/1335210-self-service-technology-inovasi-perusahaan-di-masa-pandemi>
- Gunawardana, H.M.R.S.S., D, Kulathunga., dan Perera, W.L.M. (2015, January). Impact of selfservice technology quality on customer satisfaction: A case of retail bank in western

province in Sri Lanka. *Gadjah Mada International Journal of Business*. 17(1), 1-24.

Hendryadi (2010) *Populasi dan Sampel*, diakses pada tanggal 9 Maret 2022 pukul 00:28 di <https://teorionline.wordpress.com/2010/01/24/populasi-dan-sampel/>

Heri Sudarsono (2008), *Bank & Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta : Ekonosia, Cetakan ke-2.

Hutabarat R.M (2010) *Mobile Banking Security Analysis Based WAP*, diakses pada tanggal 4 April 2022 pukul 23:29 di <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/17464/05.2%20bab%202.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Kasmir (2005), *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir.(2007). Dasar-Dasar Perbankan. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Kasmir (2016), *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta : Rajawali Pers.

Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Lasa HS (2005) *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta : Gama Media.

Lin, J.S.C. & Hsieh, P.L. (2011, February). Assessing the self-service technology ecounters:

development and validation of SSTQUAL scale. *Journal of Retailing*, 87, 194-206.

Mattila, M. 2003. "Factors Affecting The Adoption of Mobile Banking Services", *Journal of Internet Banking and Commerce*", Vol. 8 No.: pp149-160.

Meuter, M.L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., dan Bitner, M. J. (2000, March). Self-service

technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service ecounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50-64.

Mochamad Guntur Budi Prasetya (2021) *Perkembangan Teknologi Digital Yang Sangat Pesat di Zaman Ini*, diakses pada tanggal 3 April 2022 pukul 11:37 di <https://kumparan.com/mochamad-guntur-budi-prasetya/perkembangan-teknologi-digital-yang-sangat-pesat-di-zaman-ini-1vzpn3SU4Pb/4>

Mohamad Miftah (2021) *Perkembangan teknologi dapat mengubah lanskap bisnis*

*bank di 2030*, diakses pada tanggal 5 Desember 2021 pukul 10:36 di <https://amp.kontan.co.id/news/ojk-perkembangan-teknologi-digital-dapat-mengubah-lanskap-bisnis-bank-di-2030>

Nasabah, diakses pada tanggal 5 April 2022 pukul 00:11 di <https://sarjanaekonomi.co.id/nasabah/>.

Noeng Muhadjir (1996), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Rakesarasin.

Novayanti Budiman (2016), *Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Orel, F.D dan Kara, A. (2013, July). Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction and loyalty: Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Retailing and Customer Services*, 21, 118-129.

Otoritas Jasa Keuangan. (2018). POJK Nomor 12/POJK.03/2018 *Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum*. Ojk RI,I,1-55.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.V. A., A dan Berry, L.L. (2000, February). *A multiple item scale for mesuring consumer perception of service quality*. *Journal of the Academy of Marketing Science* , 30(4), 358-371.

Pengertian Digitalisasi Proses Digitalisasi, diakses pada tanggal 4 April 2022 pukul 17:00 di <https://text-id.123dok.com/document/nzw084n7y-pengertian-digitalisasi-proses-digitalisasi.html>

Pengertian Internet Banking, diakses pada tanggal 4 April 2022 pukul 23:16 di <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-internet-banking>

Redaksi OCBC NISP, diakses pada tanggal 5 April 2022 pukul 13:00 di <https://www.ocbcnisp.com/en/article/2022/03/11/atm-adalah>

Roger A. Kerin, Lau Geok Theng (2013) *Marketing in Asia* 2nd edition, McGraw Hill Companies.

Schaik (2001) *Pengertian Bank Syariah*, diakses pada tanggal 3 April 2022 pukul 13:28 di <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=pengerttian+perbnkan+syariah+menurut+schaik+2001>

Sembiring, Suharyono, & Kusumawati (2014) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.

*Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.15 no.1.

Sugiyono (2010) *Statistik Untuk Pendidikan*, Bandung Alfabeta.

Sumadi Suryabrata (1987) *Metode Penelitian*, Jakarta : Rajawali.

Tirtana, I., & Sari, S. P. (2014).Seminar nasional dan call for paper program studi akuntansi-feb ums, 25 juni 2014, 671–688.

Tjiptono Fandy (2000) *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua. Yogyakarta : Andy Offset.

Tjiptono, Fandy (2005) *Strategi PemasaranI*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi Offset.

Undang-Undang RI no.21 (2008) Tentang Perbankan Syariah.

**Lampiran Similarity Index**



## SKRIPSI DEVA

## ORIGINALITY REPORT

<b>22%</b> SIMILARITY INDEX	<b>20%</b> INTERNET SOURCES	<b>8%</b> PUBLICATIONS	<b>13%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	------------------------------

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>7%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to UIN Raden Intan Lampung</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>publication.petra.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Tabor College</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>eprints.walisongo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Annisa Yasrien Algaisya, Abrista Devi, Sofian Muhlisin. "Strategi Bank Syariah Dalam Pembiayaan Mikro pada Masa Pandemi Covid-19", VISA: Journal of Vision and Ideas, 2022</b> Publication	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>sikapiuangmu.ojk.go.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>10</b>	<b>repository.uinsaizu.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>11</b>	<b>repository.ibs.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>12</b>	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>13</b>	<b>febi.uinsaid.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

## Lampiran Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP KLATEN

*Asalamualaikum Wr.Wb*

Saya Deva Auriel Yansapsa mahasiswi Perbankan Syariah semester 9 yang sedang melakukan penelitian terkait “Pengaruh Self Service Technology Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten” untuk memperoleh data, saya membutuhkan responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah :

- Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Klaten
- Nasabah yang berdomisili di Klaten
- Nasabah yang menggunakan ATM, Internet Banking dan Mobile Banking

Jika anda memenuhi kriteria tersebut aya mohon ketersediaan anda untuk berpartisipasi dalam mengisi formulir ini.

Terimakasih teman-teman, emoga segala urusannya dilancarkan.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

#### **A. Identitas Responden**

- a. Nama :
- b. Usia :
  - 18-25 Tahun
  - 26-30 Tahun
  - >30 Tahun
- c. Jenis Kelamin :

- Laki-Laki
  - Perempuan
- d. Apakah berdomisili di Klaten?
- YA
  - TIDAK
- e. Apakah pengguna BSI KCP Klaten?
- YA
  - TIDAK

PERNYATAAN	SKOR				
	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
<u>Bag.1 ATM</u>					
ATM dapat mempercepat transaksi tarik tunai					
Kartu ATM BSI bisa digunakan di beberapa mesin ATM lain					
ATM dapat mempercepat proses transaksi transfer antar bank					
Kartu ATM BSI terjamin keamanannya karna adanya PIN					
ATM memudahkan transaksi belanja tanpa harus membawa uang tunai					
<u>Bag.2 Mobile Banking</u>	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
BSI Mobile memudahkan nasabah mengecek saldo, dan informasi transaksi pada rekening					
Aplikasi BSI Mobile memiliki tampilan yang modern dan interface yang user friendly					
BSI Mobile membantu meminimalisir					

antrian di bank					
BSI Mobile mempermudah nasabah untuk tarik tunai tanpa kartu					
Keamanan BSI Mobile terjamin karena diakses secara pribadi					
<u>Bag.4 Kepuasan Nasabah</u>	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Layanan yang diberikan oleh BSI Mobile sesuai dengan harapan					
Digitalisasi mampu memberikan pelayanan yang dapat menghemat waktu nasabah					
Keamanan terjamin					
Fitur-fitur yang disediakan sesuai kebutuhan					
Digitalisasi memberikan pelayanan yang lebih modern dan praktis					