

**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta)**

SKRIPSI

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



Oleh

**ADIK RISA PRATIWI
NIM. 18.52.31.062.**

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS NEGERI ISLAM RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022 / 1443 H**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE*
TECNOLOGY TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA
LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said)

SKRIPSI

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

Oleh:
Adik Risa Pratiwi
185231062

Surakarta, 20 September 2022

Disetujui dan Disahkan Oleh
Dosen Pembimbing Skripsi



Taufiq Wijaya S.H.I. M.S.I
NIP. 19721218 2009011 010

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adik Risa Pratiwi

NIM : 185231062

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa skripsi berjudul **“PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said)”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dari skripsi terdahulu. 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.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 20 September 2022



Adik Risa Pratiwi

NOTA DINAS

Taufiq Wijaya S.H.I. M.S.I

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Adik Risa Pratiwi

Kepada yang terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Surakarta

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Adik Risa Pratiwi NIM: 18.52.31.062 yang berjudul:

PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE* *TECNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said)

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Oleh karena itu kami memohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 20 September 2022



Dosen Pembimbing Skripsi

Taufiq Wijaya S.H.I M.S.I

NIP. 19721218 2009011 010

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adik Risa Pratiwi

NIM : 185231062

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul **“PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data pada mahasiswa Fakultas FEBI UIN Raden Mas Said. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebelumnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 20 September 2022



Adik Risa Pratiwi

PENGESAHAN

PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta)

Oleh :

ADIK RISA PRATIWI
NIM. 18.52.31.062

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah pada hari Senin tanggal 03 Oktober 2022 M / 07 Rabiul Awal 1444 H dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I
NIP. 19791111 200604 1 003



Penguji II
Dr. Waluyo, Lc., M.A
NIP. 19790910 201101 1 005



Penguji III
Meilana Widyarningsih, S.E.Sy., M.E
NIP. 199205182020122013



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




/ Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

4

MOTTO

“ masa lalumu sudah selesai, hari ini adalah awal dari sisa masa depanmu,
hiduplah sepenuhnya hari ini.”

-Mario Teguh-

“ Jangan hanya mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan
tinggalkan jejak.”

-Ralph Waldon Emerson-

“ sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka
merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

-Q.S Ar Rad: 11-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua saya. Bapak Tukimin Hudi dan Ibu Rokhimah yang telah memberikan dukungan dan doa yang terbaik buat saya. Beliau yang menjadi motivasi bagi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
2. kakak saya Tara Rovita yang selalu memberikan semangat serta motivasi kepada saya dan selalu menjadipendengar yang baik dan pemberi solusi dalam setiap masalah.
3. Sahabat- sahabat saya Fitri, Prastina, Fina, Dwi Annisa, Deni, Dela, Rahma Verin, Fahri, yang selalu memberi dukungan, motivasi, masukan dan bantuan kepada saya.
4. Teman-teman seperjuangan khususnya kelas PBS B angkayan 2018 yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman, serta momen-momen yang indah selama kuliah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta memberikan kemudahan dalam setiap langkah sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta) ”. Skripsi ini bertujuan untuk menyelesaikan Studi Jenjang Starta (S1) Jurusan Perbankan Syariah , Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universits Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta .

Penulis menyatakan sepenuhnya, telah mendapatkan bimbingan, dorongan, semangat, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan waktu, tenaga, hingga mmenyumbangkan pikiran. Oleh karena itu, dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kaepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag, M.Pd., selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.E.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta selaku dosen Pembimbing akademik
4. Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan selama ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univeersitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan cerita yang bermanfaat.
6. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi data kuisisioner pada penelitian ini.
7. Orang tua yang tercita, yang selalu memberikan semangat terbesarnya serta menjadi pendengar yang baik dalam setiap permasalahan yang sedang saya hadapi.
8. Terhadap semuanya tiada kiranya saya dapat membalasnya, hanya doa kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Wassalammualikum Wr.Wb

Surakarta, 20 September 2022

Adik Risa Pratiwi

ABSTRACT

This study aims to find influence of the digitalization of banking through Self-Service Technology in the form of automatic tellers, mobile banking and internet banking of the satisfaction of students using BSI digital service. This study is quantitative by using probability sampling as a way to obtain data. The population in this study were students of FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta, which amounted to 3502 and using a Taro Yamane formula, there are 100 people who were chosen to be the sample. Researchers used primary data through survey results by Google Forms and secondary data by books, websites and other documents. Data analysis used validity and reliability test, classical assumption test, model accuracy test, multiple linear regression test and T test (partial).

The results showed that 1.) the better the ATM service received, the higher the satisfaction felt by students, 2) the better the mobile banking service received, the higher the satisfaction felt by students, 3) the better the internet banking service received, the higher the satisfaction felt by students who use digital banking service through self-service technology at Bank Syariah Indonesia.

Keywords: *Bank Syariah Indonesia, Banking Digitization, Digital Services, Self Service Technology, Student Satisfaction*

ABSTRAK

Penulisan karya ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* dalam bentuk *automatic teller machine*, *mobile banking* dan *internet banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Jumlah populasi 3502 mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta dan sampelnya adalah 100 responden. *Probability sampling* sebagai cara memperoleh data. Dokumen semisal buku dan website bagian dalam data sekunder dan primernya adalah pengamatan penulis. *Google form* sebagai implementasi dari angket yang disebar. Analisis data menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji ketepatan model, uji regresi linier berganda serta uji T (parsial)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). Semakin bagus layanan ATM yang diterima maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan mahasiswa 2). Semakin bagus layanan *mobile banking* yang diterima maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan mahasiswa 3). Semakin bagus layanan *internet banking* yang diterima maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia.

Kata kunci: Bank Syariah Indonesia, Digitalisasi Perbankan, Kepuasan Mahasiswa, Layanan Digital, *Self Service Technology*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
NOTA DINAS	iv
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
<i>ABSTRACT</i>	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi.....	12

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Kepuasan Mahasiswa sebagai Nasabah.....	12
2.1.2 Self-Service Technology (SST).....	14
2.1.3 Hubungan <i>Self-Service Technology</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	18
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	21
2.3 Kerangka Berpikir	24
2.4 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian	27
3.1.1 Waktu Penelitian.....	27
3.1.2 Wilayah Penelitian.....	27
3.2 Jenis Penelitian	27
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	28
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4 Data dan Sumber Data	29
3.4.1 Data	29
3.4.2 Sumber Data.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Variabel Penelitian	

3.6.1	Variabel Bebas	31
3.6.2	Variabel Terikat.....	31
3.7	Definisi Operasional Variabel	31
3.8	Teknik Analisis Data	32
3.8.1	Uji Instrumen	32
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	33
3.8.3	Uji Ketepatan Model.....	
3.8.4	Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.8.5	Uji Hipotesis	36

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

5.1	Gambaran Umum Penelitian.....	38
4.1.1	Gambaran Umum Responden.....	38
5.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data	39
4.1.2	Karakteristik Responden.....	39
4.1.3	Hasil Uji Instrumen.....	42
4.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.1.5	Uji Ketepatan Model.....	48
4.1.6	Analisis Regresi Linier Berganda	51
4.2.6	Uji Hipotesis	52
5.3	Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)	54

BAB V PENUTUP

5.4	Kesimpulan	59
-----	------------------	----

5.5 Keterbatasan Penelitian	60
5.6 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

2.1 Hasil Penelitian yang Relevan	32
3.1 Definisi Jawaban Angket Skala Likert	43
3.2 Definisi Operasional Variabel	
4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan	54
4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Prodi	55
4.4 Hasil Uji Validitas	55
4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.6 Hasil Uji Normalitas	57
4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejer	58
4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	59
4.9 Hasil Uji F (Uji Simultan)	61
4.10 Hasil Uji Koefisien Determinas R ²	61
4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	62
4.12 Hasil Uji T-statistik (parsial)	63

DAFTAR GAMBAR

Daftar Gambar 1.1 Intensitas Pengguna Internet Untuk Akses Perbankan	7
Daftar Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	65
Lampiran 2 Hasil Data Kuesioner	68
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis	77
Lampiran 4 Jadwal Daftar Riwayat Hidup	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era modern seperti saat ini teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan terjadinya perkembangan teknologi ini membuat perubahan perilaku dalam masyarakat. Hal ini disebabkan karena hampir semua sektor mengalami perkembangan teknologi sehingga yang biasanya dilakukan manual bergeser digantikan dan dibantu oleh teknologi. Perkembangan teknologi ini memberi dampak positif bagi semua sektor karena segala sesuatu dapat dilakukan secara mudah dan praktis. Salah satu dampak perkembangan teknologi yakni terjadinya digitalisasi yaitu perubahan alih media dari analog ke digital. Digitalisasi telah merevolusi hampir semua sendi kehidupan dan kebutuhan yang dapat terlayani dan terakses dalam satu genggamannya sehingga masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari lebih mudah dan praktis (Marlina and Bimo, 2018). Di Indonesia sendiri saat ini sedang menuju era digitalisasi dengan mengikuti teknologi khususnya pada bidang teknologi informasi.

Kemajuan teknologi inilah yang mengharuskan sektor ekonomi mengikuti perkembangan teknologi dan terus meningkatkan kemampuannya. Saat ini sektor ekonomi menjadi salah satu sektor yang sangat penting dan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Dengan manfaat dari teknologi informasi yang dirasakan oleh masyarakat, membuat adanya persaingan bisnis di

sektor jasa yang sangat ketat sehingga berdampak pada kemajuan perekonomian global. Perbankan merupakan salah satu contoh usaha dalam bidang jasa yang berkontribusi dalam memberikan sumbangannya kepada pendapatan nasional (Syahputra and Ningsih, 2020). Tidak hanya itu, perbankan juga memiliki fungsi penting sebagai lembaga keuangan yang harus menampung dan menyalurkan dana dari masyarakat agar dimanfaatkan secara produktif dalam kegiatan perekonomian (Subaidi, 2018). Melihat dari jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar serta keberagaman dan jutaan alam yang berlimpah, dengan yakin bahwa industri perbankan di Indonesia memiliki masa depan yang unggul (Johan, 2021).

Teknologi di bidang perbankan dimanfaatkan dalam proses pemasaran, promosi, sampai dengan alat bantu transaksi yang berbasis teknologi. Pengusaha di bidang perbankan telah bekerja keras untuk saling bersaing dalam mengembangkan produk layanan mereka yang berbasis teknologi. Menurut OJK digital perbankan atau yang disebut dengan digital banking merupakan suatu bentuk layanan perbankan yang menggunakan sarana elektronik atau digital melalui media digital yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah atau calon nasabah guna memperoleh informasi baik mengenai produk maupun diluar produk perbankan seperti investasi ataupun *e-commerce*, melakukan berbagai transaksi dan kebutuhan lainya dari nasabah bank. Hal ini menyebabkan persaingan di dunia perbankan semakin ketat. Terutama bagi bank syariah walau penduduk Indonesia mayoritas Islam namun mayoritas penduduknya masih menggunakan bank konvensional. Oleh karena itu maka bank syariah dituntut melakukan

pengembangan strategi dalam menciptakan inovasi layanan dan produk baru demi memaksimalkan kepuasan nasabah serta agar mampu bersaing dengan bank konvensional dan tetap eksis di dunia perbankan. Layanan yang diberikan pihak bank dengan memanfaatkan teknologi sering disebut dengan istilah *Digital Banking*, yang mencakup *Automatic Teller Machine*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking*. Ketiga fasilitas tersebut disebut dengan *Self-Service Technology*.

Menurut Runita, Sumiati, dan Achmad (2021), *Self-Service Technology* adalah suatu sarana atau atribut yang bertujuan memberikan fasilitas kepada nasabah agar bisa melayani diri mereka sendiri tanpa harus tergantung kepada karyawan. Dengan adanya layanan *mobile banking*, *internet banking*, *automatic teller machine (ATM)*, *sms banking* yang disediakan oleh bank memudahkan nasabah dan masyarakat mengakses dan mengetahui segala hal terkait dengan produk dan layanan yang ditawarkan dengan praktis serta tidak terkendala ruang dan waktu. ATM adalah alat elektronik yang merupakan fasilitas bagi nasabah bank dalam menarik uang dan melakukan pengecekan terhadap jumlah saldo dalam rekening tabungan mereka dengan mudah tanpa perlu bantuan dari karyawan bank (Vyctoria, 2013). ATM ini didukung dengan fasilitas lain yang sering disebut dengan kartu ATM yang berguna dalam mengoperasikan mesin ATM. Dalam mesin ATM terdapat beberapa layanan dan manfaat yang bisa dinikmati oleh para nasabah dalam melakukan berbagai macam transaksi.

Internet Banking adalah fasilitas perbankan yang memberikan manfaat bagi nasabah guna untuk melakukan transaksi, mendapatkan informasi, dan juga melakukan komunikasi melalui jaringan internet, sekaligus menjadi fasilitas

perbankan yang cukup fleksibel tanpa mengenal batas waktu dan tempat dibandingkan dengan pelayanan kantor (Ronny, Nurhadi, and Ilfitriah, 2020) . Hal tersebut jelas akan sangat berguna dan dapat membantu nasabah dalam melakukan berbagai macam transaksi yang diinginkan. Adapun *Mobile Banking* adalah sebagian fasilitas perbankan yang menggunakan jaringan komunikasi seperti *handphone* dan memiliki fitur yang sama seperti ATM, namun tidak bisa untuk transaksi tarikan tunai (Fianto, Rahmawati, and Supriani, 2021). Fasilitas *Mobile Banking* di dalam perbankan berupa SIMtoolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS *plain* (SMS Manual) yang sering disebut sebagai *SMS Banking* (Wardhana, 2015). Selain itu juga memiliki layanan seperti dengan fasilitas SST lainnya seperti isi ulang pulsa, transfer, hingga pembayaran tagihan.

Bank Syariah Indonesia yang merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang baru saja didirikan pada 1 Februari 2021 dan diresmikan langsung oleh presiden Indonesia. Bank Syariah Indonesia merupakan salah satu bank syariah yang sudah menyediakan layanan digital perbankan. Berbagai layanan digital perbankan disediakan oleh bank BSI salah satunya adalah layanan *Self-Service Technology*. Terdapat beberapa layanan *Self-Service Technology* yang disediakan oleh bank Syariah Indonesia diantaranya *mobile banking*, *internet banking*, *automatic teller machine(ATM)*, *sms banking* dan masih banyak lagi. Walau baru saja berdiri dan diresmikan layanan *Self-Service Technology* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia cukup banyak diminati oleh nasabah. Seperti yang dilansir aman resmi BSI, dimana pada dua bulan setelah peresmian transaksi digital tembus Rp 40,85 Triliun, dimana transaksi BSI Mobile

naik sebesar 82% secara tahunan. Secara umum, kenaikan volume transaksi melalui channel digital bank BSI sampai maret 2021 naik 43,3%. Selain disumbangkan oleh transaksi BSI Mobile 42%, kenaikan juga ditopang oleh aktivitas nasabah pengguna layanan internet banking 24%, kartu kredit 17% dan pengguna ATM 14%. Dengan meningkatnya transaksi digital menjadikan layanan digital sebagai strategi dan inovasi BSI dalam transformasi digital. Karena dengan layanan digital bukan hanya membantu nasabah dalam bertransaksi namun juga memberikan keuntungan bagi pihak bank.

Selain itu berkat usaha dan perbaikan BSI dalam layanan digital, BSI mampu meraih penghargaan melalui “ *Digital Brand Awards 2022* ”, dimana penghargaan tersebut diraih atas dinobatkannya mobile banking BSI sebagai *mobile banking* terbaik kategori bank umum syariah. Maka dengan adanya layanan *Self-Service Technology* yang disediakan BSI menjadi alternatif nasabah dalam melakukan bertransaksi perbankan tanpa harus pergi ke bank secara langsung. Kemudian dengan adanya layanan ini diharapkan mampu mempermudah nasabah dan masyarakat mengakses dan mengetahui segala hal terkait dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia dengan praktis serta tidak terkendala ruang dan waktu.

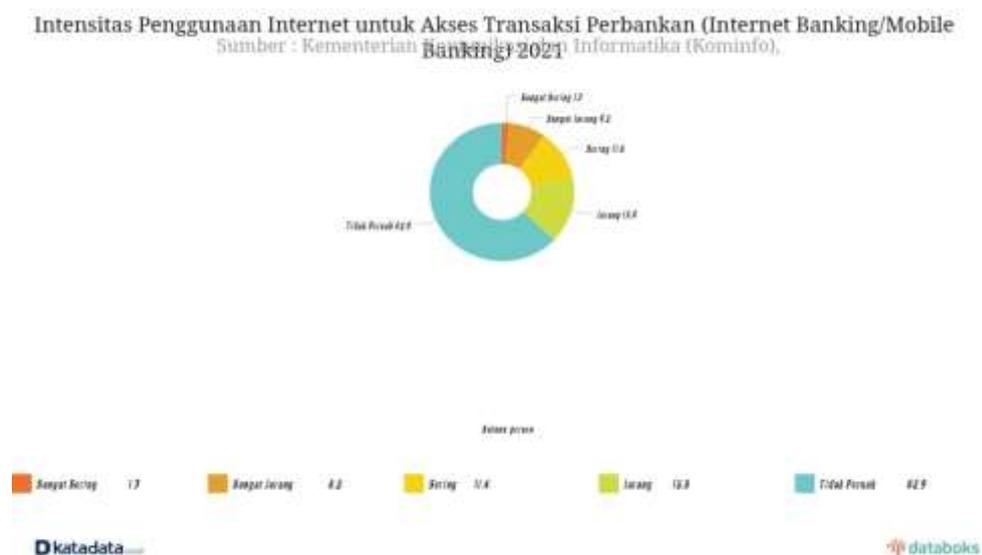
Layanan *Self-Service Technology* adalah layanan yang memanfaatkan teknologi. Oleh karena itu sebagai generasi Z yang tanggap terhadap perkembangan teknologi, mahasiswa merupakan salah satu golongan yang banyak menggunakan jasa perbankan terutama dalam layanan digital. Hal ini didukung dengan fakta perubahan gaya digital yang digemari mahasiswa sebagai

generasi Z sehingga mahasiswa berkeinginan melakukan hal yang instan dan praktis dalam hal melakukan transaksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan adanya layanan digital *self service technology* seperti *automatic teller machine*, *mobile banking* dan *internet banking* sangat membantu mahasiswa dalam melakukan segala transaksi dalam perbankan. Hal ini dikarenakan mahasiswa tidak perlu lagi datang langsung ke bank terdekat untuk melakukan transaksi. Sehingga mahasiswa tidak perlu lama-lama mengantri ke teller untuk melakukan transaksi. Dengan adanya layanan *Self-service technology* maka layanan transaksi dalam perbankan dapat dilakukan dengan mudah dan praktis yang tentunya lebih efektif dan efisien waktu. Sehingga dalam layanan ini juga diperlukan rasa percaya nasabah, karena layanan transaksi dilakukan sendiri oleh nasabah yang bersangkutan baik dilakukan di ATM ataupun dengan layanan *mobile* menggunakan *smartphone*.

Namun hal tersebut berbeda hasil dengan survey yang disebarkan peneliti melalui google form kepada 12 mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said, diketahui bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan layanan *self service technology* hanya menggunakan layanan ATM serta beberapa menggunakan *M-banking* dan *internet banking*. Meskipun mayoritas dari mahasiswa sudah mengetahui dan pernah menggunakan namun penggunaan layanan *Self-service technology* masih jarang digunakan, dimana 41,7% mahasiswa jarang menggunakan dan 33,3% kadang-kadang dan 25% sering mahasiswa menggunakan layanan *Self-service technology*. Dengan demikian bahwa mahasiswa dalam melakukan transaksi yang lebih kompleks seperti membuka ta-

bungan, menutup tabungan, menabung dan lain-lain masih cenderung dilakukan secara datang langsung ke bank yang bersangkutan. Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa masih jarang menggunakan layanan *Self-service teknologi* dalam melakukan berbagai transaksi. Selain itu secara umum, dimana berdasarkan kominfo status literasi digital di Indonesia 2021, sebanyak 62,9 % responden tidak pernah mengakses, 15,8% jarang mengakses, 8,20% sangat jarang mengakses, 11,4% sering mengakses dan 1,70% sangat sering mengakses *internet banking dan mobile banking*.

Gambar 1.1



Padaahal seharusnya mahasiswa dan masyarakat dapat menggunakan layanan *Self-service teknologi* untuk mempermudah melakukan berbagai transaksi dengan mudah dan cepat dengan menggunakan layanan yang dimiliki oleh layanan digitalisasi perbankan

Menurut Tjiptono (2011), pelayanan merupakan suatu tindakan atau perbuatan perorangan atau organisasi guna memberikan kepuasan kepada

konsumen atau nasabah. Layanan dalam perbankan merupakan suatu hal yang tidak berwujud namun ditawarkan oleh pihak bank untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabahnya ini merupakan suatu bentuk layanan ataupun pelayanan yang diberikan kepada nasabah seiring dengan berkembangnya teknologi yang serba cepat (Nuraclam, 2018). Maka dari itu semakin tinggi tingkat kualitas layanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan (Kotler and Keller, 2009). Sehingga telah banyak pelaku ekonomi atau masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan yang modern, efektif, dan efisien melalui e-banking. Sedangkan Freddy Rangkuti, mengatakan bahwa tidak ada gunanya produk yang berkualitas jika tidak diimbangi dengan kualitas layanan yang luar biasa.

Nasabah akan merasa kecewa karena tidak memperoleh layanan yang baik. Sebaliknya, layanan yang luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas yang sesuai dengan harapan nasabah. Apabila kinerja tidak sesuai harapan, maka hasilnya adalah kecewa. Dan sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapannya, maka hasilnya adalah puas (Rangkuti, 2013). Apabila layanan *automatic teller machine/ATM* sesuai harapan maka tingkat kepuasan nasabah tinggi, selanjutnya Jika layanan *mobile banking* sesuai harapan maka tingkat kepuasan nasabah tinggi, dan jika layanan *Internet banking* sesuai harapan maka tingkat kepuasan nasabah juga akan tinggi.

Layanan teknologi *e-banking* yang diberikan oleh bank kepada nasabah dapat meningkatkan kepuasan nasabah di bank tersebut. Seberapa besar kepuasan nasabah merasa puas terhadap layanan yang telah diberikan yang dapat digunakan

untuk melakukan berbagai transaksi nasabah. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Zhou, and Rahman (2019) dengan hasil bahwa kepuasan pelanggan dengan *Self-Service Technology* memiliki hubungan positif terlebih nya dengan layanan *Mobile banking*. Sedangkan hasil penelitian Tamaruddin, Achmad Firdaus, dan Endri (2020) memiliki hasil yang berbanding terbalik. Dimana penelitian tersebut mengatakan bahwa tidak ada pengaruh langsung *teknologi self-service* terhadap kepuasan nasabah pada layanan E-Banking

Penelitian yang dilakukan oleh Tamaruddin dkk dengan judul *Customer Satisfaction Mediates the Effect of Self Service Technology on Customer Loyalty in of Islamic Bank E-Banking Services in Indonesia*, variabel penelitian difokuskan pada pada layanan *e-banking* bank syariah di Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan *multiple linear regression* dan objek dalam penelitian ini nasabah Bank Umum Syariah. Sedangkan penelitian Hossain, Zhou, and Rahman (2019) dengan judul *Customer Satisfaction under heterogeneous services of different self-service technologies* variabel penelitian ini difokuskan pada pada 4 macam dari layanan *self-service technology*, yaitu *automated teller machine, telephone banking, internet banking, dan mobile banking*. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan *analisis regresi logistik ordinal* dan objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank bangladesh.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan terdapat perbedaan dalam penelitian ini. Dimana peneliti ini memiliki tiga variabel yaitu *automatic teller machine, internet banking, dan mobile banking*. Kemudian teknik analisis data

menggunakan uji asumsi klasik, uji ketepatan model dengan uji f dan uji determinasi, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dengan uji t, dan objek yang digunakan adalah mahasiswa pengguna Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini penting diteliti, karena diduga ada beberapa faktor perbedaan penggunaan digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* terhadap kepuasan yang dirasakan mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Faktor-faktor yang di dapat hasil dari riset sebelumnya, pemaparan data, dan teori yang dapat dijadikan sebagai rujukan. Selain itu UIN Raden Mas Said Surakarta berkerja sama dengan BSI dalam pembayaran UKT dan dalam penerimaan beasiswa.

Berdasarkan latar belakang dan uraian tersebut, peneliti menganggap perlu adanya penelitian mengenai **“Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self-Service Technology* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di identifikasikan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Masih rendahnya mahasiswa pengguna layanan *Self-Service Technology* karena masih nyaman melakukan transaksi langsung di teller
2. Adanya research gap dalam penelitian terdahulu.

1.3 Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan yang ada pada peneliti baik mengenai kemampuan, waktu, tenaga, dan teori-teori, maka batasan masalah dalam proposal ini terbatas pada.

1. Penelitian ini terfokus pada layanan *self-service technology* yakni *automatic teller machine*, *mobile banking* dan *internet banking*.
2. Sampel pada penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta angkatan 2018-2021.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* berupa *automatic teller machine* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia?.
2. Apakah terdapat pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* berupa *mobile banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia?.
3. Apakah terdapat pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* berupa *internet banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia?.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan pokok diatas yaitu.

1. Untuk mengetahui pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* berupa *automatic teller machine* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* berupa *mobile banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self-service technology* berupa *internet banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakan penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut.

1. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat membantu mahasiswa lainnya dalam memperoleh informasi mengenai digitalisasi perbankan dan tingkat kepuasan mahasiswa lainnya dalam menggunakan layanan digital perbankan. Dari penelitian ini mahasiswa lainnya juga dapat mempertimbangkan layanan digital apa yang akan digunakan untuk memudahkan dalam bertransaksi di bank tersebut sesuai dengan keinginan

dan kegunaannya. Selain itu dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan penelitian lain yang relevan dengan penelitian ini.

2. Bagi Praktis

Bagi perusahaan Bank Syariah Indonesia, diharapkan penelitian ini mampu memberikan manfaat terkait dengan layanan digital apa yang akan digunakan serta memiliki kenyamanan nasabah untuk memudahkan ketika bertransaksi di bank tersebut. Selain itu mampu digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi terkait dengan strategi pemasaran di bank tersebut. Sertadiguankan untuk memperbaiki kekurangan maupun meningkatkan hal yang dianggap ideal dan sesuai dengan harapan nasabah.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I Pendahuluan

Pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian, batasan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Landasan teori yang berisikan tentang teori-teori yang akan diteliti yang mengenai digitalisasi perbankan, *self-service technology*, dan kepuasan mahasiswa sebagai nasabah, hasil penelitian yang relevan, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Metode penelitian berisi uraian tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, teknik

pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV Pembahasan

Bab ini berisi gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data (Pembuktian Hipotesis).

BAB V Penutup

Pada bagian ini merupakan rangkaian dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kepuasan sebagai Nasabah

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2006) kepuasan merupakan kondisi dimana perasaan senang atau kecewa yang berasal dari hasil perbandingan antara kesan kinerja atau hasil produk dengan yang diharapkan. Sehingga apabila layanan sesuai dengan yang diharapkan maka layanan dikatakan memuaskan. Selain itu kepuasan juga dapat diartikan sebagai penilaian fitur produk atau jasa baik tingkat yang menyenangkan dengan pemenuhan konsumsi serta harapan konsumen termasuk tingkat pemenuhan yang rendah ataupun tinggi (Oliver, 1997). Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan perilaku, terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan terhadap produk atau jasa tersebut.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang berkualitas bagi nasabah merupakan hal penting. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat

memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat.

2.1.1.2 Cara Mengevaluasi Kepuasan Nasabah

Menurut Fandy (1997:29) untuk mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, konsumen atau nasabah umumnya menggunakan beberapa atribut sebagai berikut:

1) Bukti langsung (*tangibles*),

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Indikator bukti langsung seperti berikut:

2) Keandalan (*reliability*),

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera. Indikator *reliability* adalah sebagai berikut:

3) Daya tanggap (*responsiveness*),

Kinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Indikator daya tanggap sebagai berikut.

4) Jaminan (*assurance*),

mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Indikator jaminan sebagai berikut:

5) Empati (*Empathy*)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Indikator empati sebagai berikut:

2.1.1.3 Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2015), indikator kepuasan nasabah terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan
2. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian atau pemakaian kembali terhadap produk atau jasa yang telah digunakan
3. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

2.1.2 Self Service Technology

Menurut Meuter (2000), layanan *Self Service Technology* merupakan teknologi untuk menghasilkan layanan independen tanpa keterlibatan langsung dari karyawan. Pengertian lainya *Self Service Technology* atau sering disebut SST ialah suatu sarana atau atribut yang bertujuan untuk memberikan fasilitas kepada nasabah agar bisa melayani diri mereka sendiri tanpa harus tergantung kepada karyawan, contohnya seperti ATM, *Internet banking*, *Mobile banking*, dan *SMS banking* (Lupiyoadi, 2013).

Semakin lama inovasi dari teknologi akan terus berkembang dan akan mempengaruhi interaksi nasabah dengan suatu lembaga perbankan yang mana akan berimbas kepada keberhasilan bisnis dari perusahaan itu sendiri dalam jangka panjang. Alasan dari perusahaan sendiri menggunakan *Self Service Technology* adalah: (1) terlalu banyak dari sebuah layanan yang dapat dilakukan dengan memanfaatkan media teknologi, (2) *Self Service Technology* telah banyak digunakan oleh berbagai macam perusahaan, (3) dari teknologi itu sendiri nasabah dilatih untuk belajar, menerima informasi, dan menyediakan jasa sendiri.

2.1.2.1 *Automatic Teller Machine (ATM)*

Bentuk pelayanan yang diberikan bank kepada para nasabahnya yang berbasis teknologi tinggi adalah *Automatic Teller Machine (ATM)*. ATM atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan Anjungan Tunai Mandiri adalah suatu alat yang berfungsi untuk mengeluarkan uang kepada pemegang kartu ATM sebagai alternatif pengganti pengambilan uang di bank yang mengeluarkan ATM. ATM merupakan fasilitas dari perbankan berupa alat elektronik yang berfungsi untuk mempermudah nasabah dalam menarik uang tunai dan mendapatkan informasi lainnya (Vyctoria, 2013). Ditinjau dari perspektif islam ATM atau kartu debit dijelaskan dalam fatwa DSN-MUI No.54/DSN-MUI/X/2006, menetapkan bahwa syariah card adalah kartu yang berfungsi seperti kartu kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang ada) antara pihak penerbit kartu dengan pemegang kartu-berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa ini.

Setiap pemilik kartu ATM memiliki *Personal Identification Number* (PIN) yaitu nomor identifikasi untuk seorang nasabah pemegang kartu ATM dan hanya yang bersangkutan sendiri yang mengetahuinya. Kartu ATM diterbitkan dengan bahan plastik dan berbentuk persegi yang ramping dengan tujuan agar mudah disimpan dan diawa. Selain itu terdapat batasan maksimal dalam penarikan uang tunai menggunakan ATM yaitu sebesar 5 juta. Hal ini bertujuan mengantisipasi adanya kerusakan yang disebabkan kelebihan penyediaan uang tunai dalam mesin ATM. Pada umumnya setiap nasabah yang menggunakan layanan ATM akan dikenakan biaya setiap bulanya sesuai dengan ketentuan dan kebijakan bank masing-masing (Wiastono and Ramadhani, 2021)

Terdapat beberapa fungsi dari kartu ATM salah satunya dapat melakukan penarikan secara tunai. Tidak hanya itu saja masih terdapat banyak kegunaan dari kartu ATM bagi nasabah yang akan melakukan transaksi perbankan, seperti (Zulmair and Rahman, 2019):

1. Dapat melakukan cek saldo akhir
2. Dapat digunakan untuk pembayaran umum seperti tagihan listrik, telepon, pembelian tiket, pulsa dan lain-lain
3. Bisa melakukan transfer ke berbagai bank dengan mudah

2.1.2.2 *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan fasilitas dari perbankan yang memanfaatkan jaringan komunikasi yang dapat dioperasikan handphone (Wardhana, 2015). *Mobile banking* menyediakan fasilitas yang hampir

sama dengan ATM, yaitu transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, asuransi), pembelian pulsa, kecuali penarikan tunai (Triyanti, Kaban, and Iqbal, 2021). Oleh karena itu mobile banking bukan hanya untuk transaksi perbankan namun juga seperti dompet digital karena mampu melakukan banyak transaksi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari ditinjau dari perspektis Islam mobile diatur dalam DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai uang elektronik syariah, menetapkan bahwa uang elektronik boleh dipergunakan sebagai alat pembayaran dengan mengikuti ketentuan dalam fatwa ini.

Dengan adanya *mobile banking*, pihak perbankan berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Nasabah yang telah memiliki layanan *mobile banking* tentu saja tidak perlu ke ATM atau kantor cabang bank karena dengan adanya *mobile banking* nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, dimana saja dan kapan pun.

2.1.2.3 *Internet banking*

Ifham (2015) *Internet banking* adalah gabungan dua kata dari Internet dan Banking. Internet (*Interconnected Network*) merupakan sistem jaringan penghubung antar komputer di dunia secara global. Standar yang digunakan sebagai koneksi yang menghubungkan setiap *computer* disebut dengan *Internet Protocol Suite* (TCP/IP). Pengertian lain dari *Internet banking* itu sendiri adalah layanan jasa perbankan dalam mendapatkan

informasi, berkomunikasi dan bertransaksi perbankan dengan memanfaatkan jaringan internet (Riswandi, 2005).

Definisi lain dari *Internet banking* adalah suatu layanan yang memanfaatkan teknologi dalam melakukan transaksi dalam lingkup perbankan (Yani et al., 2018) . Menurut Fitria and Munawar (2021) bertransaksi dengan *Internet banking* tidak mengenal batas waktu dan tempat, hal tersebut lebih menjadi keunggulan jika dibandingkan dengan pelayanan kantor. Ditinjau dari perspektif Islam *internet banking / e-banking* diatur dalam DSN-MUI No. 10/DSN-MUI/IV/2000 tentang wakalah. Wakalah adalah akad pemberi wewenang atau kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil,dalam hal ini bank) untuk mewakili dirinya untuk melakukan urusan dengan batas kewenangan dan dalam waktu tertentu. Dalam hal ini bank sebagai pihak yang mewakili nasabah dalam melakukan urusan transaksi seperti transfer, kliring, pembayaran tagihan dan lain-lain melalui layanan *internet banking*.

2.1.3 Hubungan *Self-Service Technology* Terhadap Kepuasan Nasabah

2.1.3.1 *Automatic Teller Machine* Terhadap Kepuasan

Salah satu upaya yang dilakukan oleh bank dalam rangka mengoptimalkan pelayanan yaitu dengan tersediannya fasilitas layanan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) atau *Automatic Teller Machine*, adalah piranti bank berskala mini yang dioperasikan dengan sistemik, mengandalkan teknologi komputasi dan teknologi komunikasi

nikrabel yang memungkinkan nasabah mendapat layanan teller secara otomatis, meskipun tanpa teller.

Oleh karena itu perbankan harus memperhatikan serta mempertimbangkan kepuasan nasabah, pelayanan bank selanjutnya perlu ditingkatkan karena saat nasabah tidak puas terhadap sebuah produk dan jasa, mereka akan beralih ke penyedia jasa lainnya, semakin menambah biaya bank untuk mencari nasabah baru karena biaya mendapatkan nasabah baru jauh lebih besar daripada menjaga nasabah atau mempertahankan nasabah yang ada (Kasmir, 2010). karena itu kepuasan nasabah dalam hal menggunakan layanan jasa bank terutama ATM perlu menjadi perhatian oleh manajemen bank.

2.1.3.2 *Mobile banking Terhadap Kepuasan*

Nurastuti (2011) dan Mallat (2004) menyatakan bahwa layanan *m-banking* ditunjukan untuk memberikan kemudahan, keamanan, keakurasian, dan kepercayaan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dan merupakan bentuk layanan yang bertujuan meningkatkan kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan oleh pihak bank. Maka perlunya evaluasi layanan yang diberikan bank kepada nasabah agar bank mampu memberikan layanan yang terbaik dan sesuai kebutuhan nasabah sehingga nasabah merasa puas terhadap layanan yang diberikan bank.

Kemudahan bertransaksi menggunakan *mobil banking* dimana transaksi mampu dilakukan dengan lebih cepat dan tepat maka mampu

meningkatkan kepuasan nasabah terhadap layanan ini. Kemudian keamanan yang diberikan *mobile banking* dalam menjamin kerahasiaan data transaksi dan data nasabah mampu memberikan kepuasan atas keamanan kepada nasabah ketika bertransaksi menggunakan layanan ini. Lalu *mobile banking* mampu memberikan informasi data transaksi dan data keuangan nasabah secara akurat sehingga nasabah merasa puas terhadap keakuratan layanan *mobile banking*. Selain itu ketika nasabah merasa percaya atas kredibilitas layanan *mobile banking* yang diberikan pihak bank kepada nasabah, maka nasabah akan percaya atas layanan *mobile banking*. Oleh karena itu maka semakin bagus dan lengkap layanan yang diberikan maka nasabah akan merasa semakin puas terhadap layanan yang diberikan.

2.1.3.3 *Internet banking* Terhadap Kepuasan

Bank di Indonesia saat ini sudah menggunakan internet sebagai sarana untuk melakukan transaksi termasuk juga bank syariah, transaksi menggunakan internet disebut *internet banking*. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman dan mudah serta tersedia setiap saat dan dapat diakses dari mana saja. Sebagai salah satu bentuk layanan dan juga sebagai alat strategi bersaing, maka tujuan akhir penggunaan *internet banking* adalah untuk memuaskan nasabah (Hartawan, 2018).

Secanggih apapun sistem internet banking, kalau akhirnya hanya mengecewakan, menimbulkan risiko yang lebih besar, serta meningkatkan rasa tidak aman kepada nasabah maka tidak memberikan nilai tambah kepada bank maupun nasabah. Oleh karena itu, kepuasan nasabah dalam menggunakan fasilitas *internet banking* perlu dievaluasi, agar nantinya mampu memberikan layanan yang lebih baik sehingga meningkatkan kepuasan nasabah.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dan referensi bagi penulis untuk melakukan penelitian ini tercantum di Tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
H.M.R.S.S Gunawardana, Kulathunga D dan W.L.M. V.Perera (2015)	<i>Impact Of Self Service Technology Quality On Customer Satisfaction: A Case Of Retail Banks In Western Province In Sri Lanka</i>	Terdapat variabel independent lain yaitu <i>sms banking</i> dan memiliki 5 hipotesis berbeda. Lokasi penelitian fokus pada Bank Ritel Komersial di Sri Lanka	Fokus variabel independent kepada fasilitas internet banking dan mesin ATM.
Hossain, Zhou, and Rahman (2019)	<i>Customer Satisfaction Under Heterogeneous Service Of Different Self-Service Technologies</i>	Terdapat variabel independent lain yaitu <i>sms banking</i> . Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi logistic.	Variabel dependent fokus kepada kepuasan nasabah dalam menyediakan layanan <i>self service technology</i> .
Myra V. De Leon, Ringgold P. Atienza & Daniel Susilo (2020)	<i>Influence Of Self-Service Technology (SST) Service Quality Dimensions As A Second-Order Factor On Perceived Value And Cus-</i>	analisis data dilakukan dengan SEM menggunakan AMOS. Faktor orde kedua SST diintegrasikan ke dalam	Variabel dependent fokus kepada kepuasan nasabah dalam menyediakan layanan <i>self service</i>

	<i>customer Satisfaction In A Mobile Banking Application</i>	model nilai dan kepuasan pelanggan yang dirasakan, di mana dimensi kualitas layanan SPL sebagai variabel eksogen, dan nilai dan kepuasan yang dirasakan sebagai endogen.	<i>technology</i> terutama pada mobile banking.
H. K. T. Buddhika (2021)	<i>The Impact Of ATM, Internet Banking And Mobile Banking On Customer Satisfaction.</i>	Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan <i>purposive sampling method</i> dan menggunakan <i>PLS path model estimation</i> .	Variabel independen fokus kepada kepuasan nasabah dalam layanan self service technology yakni ATM, <i>Mobile Banking dan Internet Banking</i>
Romario Gomachab Dan Bernardus Franco Maseke (2018)	<i>The Impact Of Mobile Banking On Customer Satisfaction: Commercial Banks Of Namibia.</i>	Subjek dalam penelitian ini merupakan siswa SMA atau remaja sekolah. Variabel dependent lainnya dalam penelitian ini adalah <i>customer expectations</i> .	Variabel independent fokus kepada kepuasan nasabah dalam menyediakan layanan <i>self service technology</i> terutama pada mobile banking.
Dharmawan (2018)	Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui <i>Self-Service Technology</i> Terhadap Perilaku Nasabah Prioritas (Studi Kasus Di PT. Bank Bukopin, Tbk)	Objek dalam penelitian ini adalah PT. Bank Bukopin, Tbk. Variabel dependent lainnya dalam penelitian ini adalah perilaku nasabah.	Variabel dependent fokus kepada kepuasan nasabah dalam menyediakan layanan <i>self service technology</i> .
Somadi, Aravik, dan Choirunnisak (2021)	Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking Dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah BSI Kc Palembang Simpang Patal	Objek dalam penelitian ini berlokasi di Bank BSI Kc Palembang Simpang Patal.	Variabel dependent fokus kepada kepuasan nasabah dan variabel independent fokus kepada ketiga layanan <i>self service</i>

			<i>technology.</i>
Zakaria Harahab (2020)	Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kota Prabumulih	Hanya terdapat satu variabel independen yaitu <i>mobile banking</i> , objek penelitian pada nasabah bank mandiri syariah Prabumulih	Variabel independen <i>m-banking</i> dan sama-sama berfokus pada kepuasan nasabah sebagai variabel dependen

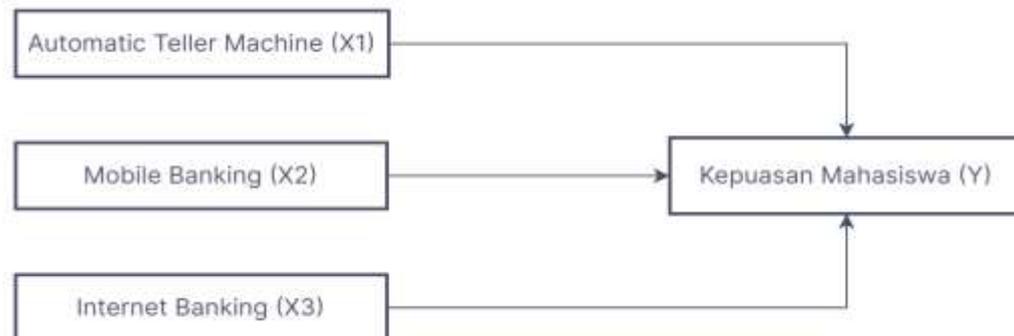
Pembaharuan dalam penelitian ini jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada objek yang akan diteliti di bidang Perbankan Syariah, lebih tepatnya pada Bank Syariah Indonesia. Kemudian di dalam penelitian ini akan dipecah menjadi 3 bagian dari fasilitas *self-service technology* berupa *automatic teller machine*, *mobile banking* dan *internet banking* untuk menjadi variabel bebas atau variabel Independen ($X_1X_2X_3$). Yang mana pada penelitian sebelumnya lebih banyak menggunakan variabel *self-service technology* secara luas.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan suatu konsep mengenai gambaran teori yang berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik adalah yang menjelaskan teoritis peraturan antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel *Self Service Technology* dimana dibagi menjadi tiga, yaitu *Automatic Teller Machine*, *Mobile banking*, dan *Internet banking*. Adapun gambaran dari kerangka berpikir mengenai pengaruh digi-

talisasi perbankan melalui *self-service technology* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia, yaitu:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



2.4 Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teoritis dan kerangka berpikir, maka hipotesis pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

Penelitian yang telah dilakukan oleh Diana Grance dan Novande (2017) dengan hasil menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari pada t table dan nilai $\text{sig. } t$ lebih kecil dari α , yang berarti secara parsial berpengaruh terhadap Y . Dengan kata lain variable *Automatic Teller Machine* BRI berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian diatas penelii merumuskan hipotesisi :

H_1 = Terdapat pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self service technology* berupa *Automatic Teller Machine* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Annisa Fitria dan Aang Munawar (2021) menunjukkan bahwa variable *Mobile banking* (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian diatas penelii merumuskan hipotesisi :

H₂ = Terdapat pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self service technology* berupa *Mobile banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Dedi Hartawan (2018) menunjukkan bahwa berdasarkan uji f, variabel independent (*internet banking*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Berdasarkan hasil penelitian diatas penelii merumuskan hipotesisi :

H₃ = Terdapat pengaruh digitalisasi perbankan melalui *self service technology* berupa *Internet banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan atau dimulai pada semester genap 2021/2022 pada bulan Juni sampai dengan selesai.

3.1.2 Wilayah Penelitian

Tempat dilaksanakan penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivism, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, dalam pengumpulan data biasanya menggunakan instrumen penelitian, dan analisis yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono 2014:11).

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2016:114). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang berjumlah 3502 mahasiswa

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Apabila populasi terlalu luas, yang tidak memungkinkan peneliti mempelajari semua yang terdapat dalam populasi, yang dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka dari itu peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2017:137). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Taro Yamane, berikut adalah rumus perhitungannya:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$n = \frac{3502}{3502 \times 0,1^2 + 1}$$

$$n = 99,84$$

Jadi sampel yang didapatkan untuk penelitian ini sebesar $98 = 100$ responden. Maka dapat diketahui bahwa sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam Universitas Negeri Islam Raden Mas Said Surakarta.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut sugiono (2014:121) teknik sampling adalah teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yang termasuk dalam *proba-*

bility sampling. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan sama kepada semua populasi untuk terpilih menjadi sampel. *Simpel random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dengan tanpa melihat strata dalam populasi (Siyoto and Sodik, 2015)

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian. Data primer diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan secara langsung dilapangan dengan metode pengumpulan data original, sedangkan data sekunder ialah data yang diperoleh melalui buku, website dan sebagainya yang digunakan sebagai rujukan dalam penelitian.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data yang dilakukan dengan cara survey lapangan secara langsung. Sumber data primer penelitian ini diperoleh dengan penyebaran kuisioner kepada 100 mahasiswa Sariah Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam Universitas Negeri Islam Raden Mas Said Surakarta. Kemudian sumber data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono, 2014:193). Sumber data sekunder dalam penelitian ini diantaranya berupa buku-buku teori pokok, jurnal, *website*, dan dokumen terkait dengan objek penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, kuisisioner dan dokumentasi. Menurut Sugiono (2014:193) kuisisioner ialah jenis teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dokumen adalah catatan dari suatu peristiwa yang terjadi dimasa lampau, catatan tersebut bisa berupa gambar maupun tulisan. Dokumen ini sebagai salah satu teknik pengumpulan data bagi penelitian kuantitatif dan juga berfungsi sebagai pelengkap data lainnya (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan menggunakan media elektronik yakni dengan yaitu *google form*, sebagai sarana pengisian kuisisioner responden. Alasan peneliti menggunakan media *google form* untuk mempersingkat serta mempermudah perekapan hasil data responden.

Bentuk kuisisioner dalam penelitian ini yakni menggunakan skala likert, dalam bentuk ini pertanyaan dan jawaban diberi bobot nilai seperti Tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1

Tabel Jawaban Angket dengan Skala Likert

Kriteria Penilaian	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut,sifat atau suatu nilai dari orang, objek ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh

peneliti yang bertujuan untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulanya (Sugiono, 2014:63-64).

3.6.1 Variabel Bebas

Variabel independen (Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu *self-service technology* yakni X_1 sebagai *automatic teller machine*, X_2 sebagai *mobile banking* dan X_3 sebagai *internet banking*.

3.6.2 Variabel Terikat

Variabel terikat atau variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab karena adanya variabel bebas atau independen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, operasional variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	
	<i>Self Service Technology</i>	<i>Automatic Teller Machine</i>	ATM merupakan fasilitas dari perbankan berupa alat elektronik yang berfungsi untuk mempermudah nasabah dalam menarik uang tunai dan mendapatkan informasi lainnya (Vyctoria, 2013)	1. Daya tangkap 2. Kemudahan 3. Bukti fisik 4. Kecepatan akses 5. Keamanan (Budhika,2021)
		<i>Mobile Banking</i>	<i>Mobile banking</i> merupakan fasilitas	1. Dapat digunakan 24 jam

			dari perbankan yang memanfaatkan jaringan komunikasi berupa handphone yang sering disebut sebagai SMS banking (Wardhana, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 2. Adanya konfirmasi transaksi 3. Aman dan terjaga kerahasiaanya 4. Kelengkapan fitur layanan 5. Tampilan menarik (Harahap, 2020)
		<i>Internet banking</i>	<i>Internet banking</i> merupakan fasilitas jasa perbankan yang memanfaatkan jaringan internet untuk melakukan semua transaksi perbankan dan mendapatkan semua informasi kecuali penarikan uang tunai (Riswandi, 2005).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan <i>website</i> menarik dan informatif 2. Akurasi informasi dan transaksi 3. Adanya penanganan keluhan 4. Sistem canggih dan terjamin kerahasiaanya 5. Adanya <i>contact centre</i> (Huda and Wahyuni, 2012)
	Kepuasan Mahasiswa		Kepuasan nasabah merupakan sebuah harapan dari nasabah yang dapat dipenuhi dengan kinerja dari suatu produk atau jasa layanan (Kotler, 2001).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan Tjiptono (2004)

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Uji instrumen adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah instrumen atau kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini benar atau tidak. Uji ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan uji validitas yang ber-

tujuan untuk mengetahui kebenaran kuisisioner dan uji realibilitas untuk mengetahui kehandalan kuisisioner.

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat ketepatan atau kevalidan setiap indikator dalam variabel *Automatic Teller Machine*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking*. Suatu indikator dapat dikatakan valid apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih kecil dari nilai *cronbach alpha instrument*, sehingga indikator yang mempunyai nilai lebih besar dinyatakan tidak valid (Hendryadi, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur keandalan indikator dari variabel dalam sebuah kuisisioner. Menurut (Sugiyono, 2016) uji ini diperlukan guna mengetahui hasil pengukuran apakah hasilnya akan tetap konsisten bila dilakukan berulang dengan alat ukur yang sama. Oleh karena itu suatu kuisisioner bisa dikatakan reliable apabila jawaban responden terhadap kuisisioner stabil dari waktu ke waktu (Santoso, 2004).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang diperoleh adalah sah (tidak dapat penyimpangan). Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan valid untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan uji asumsi klasik sebagai berikut.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan salah satu uji yang digunakan untuk melihat nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Tujuan uji ini untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Normalitas dalam penelitian ini dilihat dari nilai residual bahwa data yang normal apabila nilai probability-value adalah $> 0,05$.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Jika tingkat signifikansi berada diatas 5% berarti tidak terjadi heteroskedastisitas tetapi jika berada dibawah 5% berarti terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Astuti, 2017). Jika model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel (Ghozali, 2016). Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Adanya multikolinearitas dapat ditunjukkan jika nilai *tolerance* < 0.1 atau nilai VIF > 10 . Sedangkan

sebaliknya jika nilai tolerance > 0.1 atau nilai VIF < 10 maka tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.

3.8.3 Uji Ketepatan Model

1. Uji F (simultan)

Uji F dilakukan untuk apakah variabel independen ($X_1X_2X_3$) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y). Prosedur pengujiannya setelah melakukan perhitungan dengan F hitung. Kemudian nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel. Jika perhitungan menghasilkan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,005 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Siregar, 2014)

2. Uji Koefisien determinasi

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika dalam uji empiris didapat nilai adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol.

3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Automatic Teller Machine*, *Internet Banking* dan

Mobile Banking. Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan mahasiswa. Persamaan umum dari regresi linier berganda adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (kepuasan mahasiswa)

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Independen *Automatic Teller Machine*

X_2 = Variabel Independen *Mobile banking*

X_3 = Variabel Independen *Internet banking*

ε = Standar error

3.8.5 Uji Hipotesis

1. Uji T-statistik (parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan arti lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara nyata. Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen (Ghozali, 2016). Pengujian hipotesis perlu dilakukan untuk memperoleh hasil dari analisis data yang valid dan untuk mendukung hipotesis yang diungkapkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen dengan dua variabel independen maka pengujian hipotesis yang dilakukan dengan model regresi berganda. Tingkat signifikan yang digunakan dalam pengujian ini

sebesar 5%. Metode pengujian penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut.

- a. Apabila t statistik $>$ t tabel dengan signifikan (α) $<$ 0.05 atau 5%, maka H_0 ditolak, dan dengan koefisien parameter bertanda positif maka hipotesis diterima. Menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. Apabila t statistik $<$ t tabel dengan signifikan (α) $>$ 0.05 atau 5%, maka H_0 diterima, dan dengan koefisien parameter bertanda negatif maka hipotesis ditolak. Berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini diawali dengan munculnya layanan *Self Service Tecnology* perbankan berupa *automatic teller machine*, *mobile banking* dan *internet banking* yang disediakan Bank Syariah Indonesia. Layanan ini diberikan pihak bank kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan transaksi nasabah guna meningkatkan kepuasan nasabah dalam fasilitas yang diberikan. Karena dengan layanan ini menjadi alternative nasabah dalam melakukan bertransaksi perbankan tanpa harus pergi ke bank secara langsung serta diharapkan mampu mempermudah nasabah dan masyarakat mengakses dan mengetahui segala hal terkait dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia dengan praktis serta tidak terkendala ruang dan waktu. Selain itu layanan digital BSI cukup banyak diminati nasabah seperti yang dilansir laman resmi BSI, dimana pada dua bulan setelah peresmian transaksi digital tembus Rp 40,85 Triliun, dimana transaksi BSI Mobile naik sebesar 82% secara tahunan.

Namun hal ini berolak belakang dengan kondisi disekitar peneliti. Dimana peneliti melakukan observasi pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said dengan hasil masih rendahnya pengguna layanan digitalisasi perbankan melalui *self service tegnologi* dikalangan mahasiswa dan terdapat gap research, yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai kepuasan nasabah, *self service technology*

dan hubungan *self service technology* terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Perolehan data dilakukan dengan cara *Probability sampling*. Dokumen semisal buku dan *website* bagian dalam data sekunder dan primernya adalah pengamatan penulis. Analisis data menggunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji ketepatan model, uji regresi linier berganda serta uji T (parsial)

Penelitian ini menggunakan objek mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner penelitian dibuat dengan menggunakan google form. Penyebaran dilakukan dengan menyebarkan pesan melalui aplikasi WhatsApp. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan Juli 2022 dan diperoleh 100 responden. Kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 23.

4.2. Penyajian Dan Hasil Analisis Data

4.2.1. Karakteristik Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan untuk menganalisis profil dari penelitian serta hubungan yang ada antara variabel pada penelitian ini. Data ini menggambarkan kondisi atau keadaan responden sebagai informasi lanjutan untuk memahami hasil dari penelitian. Karakteristik dari responden ini tersebut sebagai berikut:

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

	Frequenc Y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	21	21	21	21
Perempuan	79	79	79	100
Total	100	100	100	

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas bahwa kebanyakan responden adalah perempuan sebanyak 79 orang. Sedangkan sisanya adalah laki-laki sebanyak 21 orang. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak menggunakan layanan ini dibandingkan laki-laki. Hal ini dapat dikarenakan karena kebutuhan perempuan lebih kompleks dan sifat konsumtif perempuan juga lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Maka lebih banyak mahasiswa perempuan yang intens betransaksi menggunakan layanan ini.

2. Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan

Tabel 4.2
Tahun Angkatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 2018	42	42	42	42
2019	33	33	33	75
2020	24	24	24	99
2021	1	1	1	100
Total	100	100	100	

Dari tabel yang diketahui bahwa responden pada penelitian ini adalah angkatan tahun 2018, 2019, 2020, dan 2021. Dimana pada tahun 2018 terdiri dari 42 responden sebagai responden terbanyak, dan sisanya adalah angkatan setelahnya. Hal ini dikarenakan angkatan 2018 telah menempuh semua mata kuliah termasuk materi ekonomi Islam, sehingga angkatan ini lebih paham dan mengenal mengenai ekonomi Islam termasuk lembaga keuangan syariah yang salah satunya adalah perbankan syariah. Sehingga banyak dari angkatan ini yang tertarik menjadi nasabah bank syariah termasuk BSI

3. Karakteristik Berdasarkan Jenis Prodi

Table 4.3
Jenis Prodi

Prodi	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Perbankan Syariah	59	59	59	59
Akuntansi Syariah	23	23	23	82
Managemen Syariah	18	18	18	100
Total	100	100	100	

Dari tabel dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini mayoritas responden Prodi Perbankan Syariah sebanyak 59, prodi Akuntansi Syariah sebanyak 23 dan Manajemen Bisnis Syariah sebanyak 18. Hal ini dikarenakan prodi perbankan memang dikhususkan mempelajari mengenai perbankan syariah sehingga teori yang diperoleh lebih kompleks dibandingkan prodi lainnya. Maka mayoritas mahasiswa prodi perbankan syariah menjadi nasabah per-

bankan syariah termasuk BSI.

4.2.1. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Menentukan signifikan tidaknya dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Nilai r hitung dilihat dari output SPSS pada kolom Corrected-item – total correlation, sedangkan r tabel diambil dari rumus $df = n-2$ signifikan 0,05 (Ghozali, 2005). Yaitu $df = 100-2 = 98$ sehingga menghasilkan nilai r tabel 0,1966

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

ATM (X1)				
No	Sub Variabel	R hitung	R table	Keterangan
1	Daya tangka	0,623	0,1966	Valid
2	Kemudahan	0,795	0,1966	Valid
3	Bukti fisik	0,675	0,1966	Valid
4	Kecepatan akses	0,732	0,1966	Valid
5	Keamanan	0,733	0,1966	Valid

Mobile Banking (X2)				
No	Sub Variabel	R hitung	R table	Keterangan
1	Dapat digunakan 24 jam	0,769	0,1966	Valid

2	Adanya konfirmasi transaksi	0,785	0,1966	Valid
3	Aman dan terjaga kerahasiaanya	0,797	0,1966	Valid
4	Kelengkapan fitur layanan	0,752	0,1966	Valid
5	Tampilan menarik	0,644	0,1966	Valid

<i>Internet Banking (X3)</i>				
No	Sub Variabel	R hitung	R table	Keterangan
1	Tampilan website menarik dan informative	0, 836	0,1966	Valid
2	Akurasi informasi dan transaksi	0, 840	0,1966	Valid
3	Adanya jaminan penanganan	0, 824	0,1966	Valid
4	Sistem canggih dan terjaga kerahasiaanya	0, 816	0,1966	Valid
5	Adanya <i>contact centre</i>	0, 809	0,1966	Valid

KEPUASAN (Y)			
Kesesuaian harapan	0,717	0,1966	Valid
Minat berkunjung	0, 772	0,1966	Valid
Kesediaan merekomendasikan	0,754	0,1966	Valid
Kesesuaian harapan	0, 766	0,1966	Valid
Minat berkunjung	0, 679	0,1966	Valid

Kesediaan merek- omendasikan	0,784	0,1966	Valid
Kesesuaian harapan	0,777	0,1966	Valid
Minat berkunjung	0,833	0,1966	Valid
Kesediaan merek- omendasikan	0,812	0,1966	Valid

Dapat dilihat dari table diatas yang merupakan hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 23 menunjukkan bahwa nilai r hitung dan seluruh indikator yang telah diuji bernilai positif karena lebih besar dari r table sehingga dapat disimpulkan bahwa Indikator penelitian ini dikatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur keandalan indikator dari variabel dalam sebuah kuisisioner. Menurut (Sugiyono, 2016) uji ini diperlukan guna mengetahui hasil pengukuran apakah hasilnya akan tetap konsisten bila dilakukan berulang dengan alat ukur yang sama. Suatu instrumen penelitian bisa dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,70. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil reliabilitas untuk variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Sub Variabel	Cronbach alpa	Keterangan
ATM	0,746	Reliabel
<i>Mobile Banking</i>	0,804	Reliabel
<i>Internet Banking</i>	0,881	Reliabel
Kepuasan	0,911	Reliabel

Sumber : data primer diolah (2022)

Dari data di atas merupakan hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 23 yang menunjukkan nilai Cronbach's Alpha ATM sebesar 0,746, *Mobile Banking* sebesar 0,804, *Internet Banking* sebesar 0,881 dan Kepuasan sebesar 0,911. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam variabel ini reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.70

4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Cara untuk mengetahui kenormalan ini adalah dengan metode *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*, yaitu dengan cara melihat hasil signifikan variabel apabila hasil signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,97831542
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,066
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

Dari tabel diatas menunjukkan hasil dari pengolahan SPSS Versi dan dapat ditarik kesimpulan bahwa metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,068, yang artinya nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidak samaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian residual tetap maka disebut homogedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan dengan metode uji glejser. Jika variable independen signifikan secara statistic atau <0.05 mempengaruhi variable independen, maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,384	1,215		3,607	,000
	ATM	-,145	,075	-,284	-1,946	,055
	MOBILE BANKING	,006	,090	,011	,064	,949
	INTERNET BANKING	,000	,078	,001	,004	,997

Dari tabel diatas menunjukkan hasil dari pengolahan SPSS versi 23 dapat dilihat bahwa variable ATM, *Mobile banking* dan *Internet banking* memiliki nilai signifikan > 0.05 dengan nilai signifikan ATM sebesar 0.55, *Mobile Banking* sebesar 0.949 dan *Internet Banking* sebesar 0.997. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil uji ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengatur apakah regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antar variable bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance*. Adanya multikolinearitas dapat ditunjukkan jika nilai tolerance < 0.1 atau nilai VIF > 10 . Sedangkan sebaliknya jika nilai tolerance > 0.1 atau nilai VIF < 10 maka tidak menunjukkan adanya multikolinearitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-5,668	1,924		-2,946	,004		
ATM	,447	,118	,221	3,781	,000	,452	2,213
MOBILE BANKING	1,145	,143	,528	7,997	,000	,353	2,836
INTERNET BANKING	,468	,124	,260	3,784	,000	,326	3,065

Dari tabel diatas menunjukkan hasil pengolahan dengan SPSS versi 23, dimana ATM memiliki nilai tolerance $0.452 > 0.1$ dan nilai VIF $2.213 < 10$, *Mobile Banking* memiliki nilai tolerance 0.353 dan nilai VIF $2.836 < 10$ dan *Internet Banking* memiliki nilai tolerance 0.326 dan nilai VIF $3.065 < 10$. Dengan begitu maka dapat diambil kesimpulan bahwa variable dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.4. Hasil Uji Ketepatan Model

1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui sejauh mana variable independen yang dapat digunakan untuk menjelaskan variable dependen secara simultan. Dalam menentukan Ftabel ada tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n - k)$, n adalah simbol dari jumlah sampel sedangkan k adalah jumlah variabel independen. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai f hitung $>$ f_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat dikatakan bahwa variable independen memiliki pengaruh terhadap variable dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $<$ 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka terdapat pengaruh antar variable independen dan variable dependen.

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2234,541	3	744,847	184,549	.000 ^b
Residual	387,459	96	4,036		
Total	2622,000	99			

Dari tabel diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa nilai F_{tabel} yang diperoleh dari $DF_1 = K - 1 = 2 - 1 = 1$ sedangkan $DF_2 = n - k = (100 - 3) = 97$, menggunakan tingkat signifikansi 0,05 maka diperoleh $F_{\text{tabel}} = 2.70$ sedangkan $F_{\text{hitung}} = 184,549$. Maka $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $184,549 > 2.70$ ngan nilai sig p- value = 0,00 $<$ 0,05. Hal ini menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_1 , sehingga secara bersama-sama Motif ATM (X_1), *Mobile Banking* (X_2) dan *Internet Banking* (X_3) berpengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan *self service technology*, hal ini berarti hipotesis yang diajukan dapat diterima.

2. Uji Koefisien Determinasi

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model da-

lam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016). nilai R^2 terletak antara 0 sampai 1. Apabila yang diperoleh mendekati dengan 1, maka dapat dinyatakan semakin kuat model tersebut menerangkan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan apabila mendekati 0 maka dikatakan semakin lemah variabel bebas menerangkan variabel terikat

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 ^a	.852	.848	2,009

Dari tabel diatas hasil pengolahan menggunakan SPSS versi 23, dapat disimpulkan bahwa uji determinasi koefisien Adjusted sebesar 0,848 yang berarti pengaruh variabel ATM, *Mobile Banking* dan *Internet Bankig* sebesar 84,8% sedangkan sisanya sebesar 15,2% dipengaruhi dari faktor lain yang bukan termasuk pada penelitian ini.

4.2.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau variabel independen. Regresi dapat digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara variabel dependen (Y) dengan independen (X), pada uji ini dapat dilakukan apabila jumlah variabel independen (X) minimal 2.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5,668	1,924		-2,946	,004
ATM	,447	,118	,221	3,781	,000
MOBILE BANKING	1,145	,143	,528	7,997	,000
INTERNET BANKING	,468	,124	,260	3,784	,000

Dari tabel Regresi tersebut dapat diperoleh persamaan garis

regresi linier yaitu: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

$$Y = 5,668 + 0,447 X_1 + 1,145 X_2 + 0,468 X_3 + e$$

Dapat disimpulkan dari hasil pengujian tersebut terdapat persamaan yang menunjukkan koefisien regresi dari kedua variabel bebas (b_1 , b_2 dan b_3) bertanda positif (+) berarti bahwa variabel *ATM*, *Mobile Banking* dan *Internet Banking* mengakibatkan adanya pengaruh yang besar terhadap kepuasan mahasiswa pengguna *self service technology* Bank Syariah Indonesia. Dari persamaan itu dapat dinyatakan bahwa:

- a. Apabila variabel motif *ATM*, *Mobile Banking* dan *Internet Banking* dianggap konstan (0), maka variable kepuasan mahasiswa pengguna *self service technology* Bank Syariah Indonesia akan menurun sebesar -5,668 karena nilai konstan menunjukkan nilai sebesar -5,668.

- b. Nilai koefisien ATM (b1) sebesar 0,447 dengan parameter positif, hal tersebut berarti bahwa ATM (b1) bertambah 1 satuan, sehingga besarnya pengaruh ATM akan mengalami peningkatan sebesar 0,447.
- c. Nilai satuan koefisien *Mobile Banking* (b2) sebesar 1,145 dengan parameter positif, hal tersebut berarti bahwa *Mobile Banking* bertambah 1 satuan, sehingga besarnya pengaruh *Mobile Banking* akan mengalami peningkatan sebesar 1,145.
- d. Nilai satuan koefisien *Internet Banking* (b3) sebesar 0,468 dengan parameter positif, hal tersebut berarti bahwa *Internet Banking* bertambah 1 satuan, sehingga besarnya pengaruh *Internet Banking* akan mengalami peningkatan sebesar 0,468.

4.2.1. Uji T-statistik (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen (Ghozali, 2016). Tingkat signifikan yang digunakan dalam pengujian ini sebesar 5% atau 0.05. Dimana $N =$ jumlah sampel, $k =$ jumlah variabel independen dan dependen. $Df = n - k = (100 - 4) = 96$, sehingga nilai t tabel sebesar 1,6608.

Menurut Ghozali (2016) ketentuan pengambilan keputusan adalah:

- a. Apabila t statistik $>$ t tabel dengan signifikan (α) $<$ 0.05 atau 5%, maka H_0 ditolak, dan dengan koefisien parameter bertanda positif maka

hipotesis diterima. Menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

- b. Apabila t statistik $< t$ tabel dengan signifikan (α) > 0.05 atau 5%, maka H_0 diterima, dan dengan koefisien parameter bertanda negatif maka hipotesis ditolak. Berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5,668	1,924		-2,946	,004
ATM	,447	,118	,221	3,781	,000
MOBILE BANKING	1,145	,143	,528	7,997	,000
INTERNET BANKING	,468	,124	,260	3,784	,000

1. Variabel ATM

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya t_{hitung} sebesar 3,781 dengan t_{tabel} 1,660 berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak berarti variabel layanan ATM (X_1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology*.

2. Variabel *Mobile Banking*

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya thitung sebesar 7,997 dengan ttabel 1,660 , berarti nilai thitung $>$ ttabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak berarti variabel layanan *Mobile Banking* (X2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology*.

3. Variabel *Internet Banking*

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya thitung sebesar 3.784 dengan ttabel 1,660 , berarti nilai thitung $>$ ttabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak berarti variabel layanan *Internet Banking* (X3) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology*.

4.2.7. Pembahasan Hasil Analisis Data

Dari hasil olah data yang telah dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Pengaruh Layanan ATM Terhadap Kepuasan Mahasiswa Penggunaan Layanan Digital Perbankan Melalui *Self Service Technology* Pada Bank Syariah Indonesia

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya thitung sebesar 3,781 dengan ttabel 1,660 berarti nilai thitung $>$ ttabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak berarti variabel layanan ATM (X1) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa layanan ATM berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan. Kemudian dapat dijabarkan bahwa mahasiswa merasa puas dengan adanya fasilitas ATM yang bisa dioperasikan secara mandiri tanpa harus mengantri ke kantor. Dengan letaknya yang strategis, kemudahan pengoperasian, keamanan dan kecepatan akses maka mahasiswa merasa bahwa layanan ATM telah memberi kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Rambat (2013) bahwa ATM merupakan salah satu bentuk *layanan Self Service Teknologi* yang diberikan kepada nasabah untuk melayani diri sendiri guna bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan teori (Tjiptono, 2015), bahwa kepuasan nasabah memiliki 3 kriteria yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Berdasarkan 3 kriteria tersebut layanan ATM telah memenuhi kriteria dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Diana Grance dan Novande (2017), dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut menyatakan bahwa variabel ATM berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Penggunalayanan Digital Perbankan Melalui *Self Service Technology* Pada Bank Syariah Indonesia

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya t_{hitung} sebesar 7,997 dengan t_{tabel} 1,660, berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi sebesar 0,000 < (0,05), sehingga H_0 ditolak berarti variabel layanan *Mobile Banking* (X_2) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan. Kemudian dapat dijabarkan bahwa kepuasan yang dirasakan mahasiswa terjadi akibat adanya rasa puas yang dirasakan mahasiswa setelah mengoperasikan layanan *mobile banking* dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi yang dapat dilakukan secara cepat, efektif dan efisien. karena layanan ini dapat diakses sewaktu-waktu dan berbagai transaksi dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *mobile banking* ini. Hal tersebut sesuai dengan Nurastuti (2011) dan Mallat (2004) yang menyatakan bahwa layanan *m-banking* ditunjukkan untuk memberikan kemudahan, keamanan, keakurasian, dan kepercayaan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dan merupakan bentuk layanan yang bertujuan meningkatkan kepuasan nasabah

atas layanan yang diberikan oleh pihak bank. Selain itu penelitian ini sejalan dengan teori (Tjiptono, 2015), bahwa kepuasan nasabah memiliki 3 kriteria yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Berdasarkan 3 kriteria tersebut layanan *Mobile Banking* telah memenuhi kriteria dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Annisa Fitria dan Aang Munawar (2021), dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut menyatakan bahwa variabel *Mobile Banking* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Penggunalayanan Digital Perbankan Melalui *Self Service Technology* Pada Bank Syariah Indonesia

Dari hasil pengujian uji t diperoleh besarnya t_{hitung} sebesar 3.784 dengan t_{tabel} 1,660, berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$, sehingga H_0 ditolak berarti variabel layanan *Internet Banking* (X_3) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Sehubungan dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa layanan *Internet Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan. Kemudian dapat dijabarkan bahwa mahasiswa merasa puas dengan layanan *Internet*

Banking dikarenakan layanan ini menyediakan sistem yang canggih, informatif terjamin keamanannya, adanya *contact centre* yang dapat dihubungi jika mengalami kendala selain itu juga tampilan *website* yang menarik, sehingga mahasiswa merasa aman dan nyaman menggunakan layanan ini dalam memenuhi kebutuhan transaksi. Hal ini sejalan dengan teori menurut (Fandy, 1997) dalam mengevaluasi jasa diperlukan kemudahan dan jaminan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera untuk menciptakan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan teori (Tjiptono, 2015), bahwa kepuasan nasabah memiliki 3 kriteria yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Berdasarkan 3 kriteria tersebut layanan *Internet Banking* telah memenuhi kriteria dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dedi Hartawan (2018), dimana hasil dari penelitian yang dilakukan tersebut menyatakan bahwa variabel *Internet Banking* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Layanan ATM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T yang menunjukkan besarnya thitung sebesar 3.781 dengan ttabel 1,660 , berarti nilai thitung > ttabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$. Sehingga hipotesis yang menyatakan ATM berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia diterima.
2. Layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan besarnya thitung sebesar 7,997 dengan ttabel 1,660 , berarti nilai thitung > ttabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$. Sehingga hipotesis yang menyatakan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia diterima.

3. Layanan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan thitung sebesar 3.784 dengan ttabel 1,660 , berarti nilai thitung > ttabel. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,05)$. Sehingga hipotesis yang menyatakan *Internet Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital perbankan melalui *self service technology* pada Bank Syariah Indonesia diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya telah dilakukan dengan sebaik mungkin dan sebaik-baiknya akan tetapi tentunya masih ada keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Keterbatasan yang terjadi didalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini hanya dilakukan dengan metode survey dengan cara menyebarkan kuesioner tanpa wawancara sehingga kemungkinan kesimpulan yang diperoleh hanya berdasarkan data yang telah terkumpul.
2. Pada penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel utama sehingga memungkinkan variabel lain dapat memperoleh hasil yang lebih baik.

5.3. Saran

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan teori yang lebih luas dan penelitian dapat dilakukan dengan jangkauan yang lebih luas karena penelitian ini hanya dilakukan pada Universitas Islam

Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta saja.

2. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia diharapkan mampu memberikan edukasi dan layanan yang lebih baik dan lengkap terhadap nasabah terkait penggunaan layanan ATM, *mobile banking* dan *Internet Banking*, agar meningkat kepuasan yang dirasakan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewan Syariah Nasional, *Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 54/DSN-MUI/X/2006*. 2006
- Dewan Syariah Nasional, *Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017*
- Dewan Syariah Nasional, *Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 10/DSN-MUI/IV/2000*
- Fianto, Bayu Arie, Charissa Kezia Rahmawati, and Indri Supriani. 2021. "Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 7 (1): 59–76.
- Fitria, Annisa, and Aang Munawar. 2021. "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI." *Jurnal Informatika Kesatuan* 1 (1): 43–52.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gomachab, Romario, and Bernardus Franco Masake. 2018. "The Impact of Mobile Banking on Customer Satisfaction: Commercial Banks of Namibia (Keetmanshoop)." *Journal of Internet Banking and Commerce* 23 (2): 1–18.
- Gunawardana, H. M.R.S.S., D. Kulathunga, and W. L.M.V. Perera. 2015. "Impact of Self Service Technology Quality on Customer Satisfaction: A Case of Retail Banks in Western Province in Sri Lanka." *Gadjah Mada International Journal of Business* 17 (1): 1–24.
- Grance, Diana and N Novander. 2017. "Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah". *Jurnal Elektronik Sistem Informatika dan Komputer Bina Mulia* 3(1):48.
- H. K. T. Buddhika. 2019. "The Impact of Mobile Banking on Customer Satisfaction." *International Research Journal of Advanced Engineering and Science* 6 (2): 215–18.
- Harahab, Zakaria. 2020. "Pengaruh layanan M Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih". *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah* 6 (1).
- Hartawan, Dedi. 2018. "Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang)." *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics* 3 (2): 149.
- Hendryadi, S. 2015. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Pada Aplikasi Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hossain, Md Shamim, Xiaoyan Zhou, and Mst Farjana Rahman. 2019. "Customer Satisfaction under Heterogeneous Services of Different Self-Service Technologies." *Management and Marketing* 14 (1): 90–107.

- Huda, Ahmad Nurul and Wahyuni Sri. 2012. Pengaruh kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT BRI Kantor Cabang Pembantu Jamsostek. *Jurnal Bisnis & Manajemen*.
- Ifham, Ahmad. 2015. *Ini Lho Bank Syariah: Memahami Bank Syariah Dengan Mudah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jeany, Mauli Siagian. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi* 7 (3): 330–41.
- Johan, Suwinto. 2021. “Determinants of Banking Industry Profitability: An Empirical Research of Indonesia Financial Institutions.” *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 5 (2): 244–62.
- Kartika Sari Girsang, Runita, Sumiati, and Achmad Helmy Djawahir. 2021. “The Influence of Self-Service Technology and Customer Relationship Marketing on Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction.” *Jurnal Aplikasi Manajemen* 19 (1): 217–28.
- Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kerin, Roger A., Lau Geok Theng, Steven W. Hartley, and William Rudelius. 2013. *Marketing in Asia 2th Edition*. USA: McGraw Hill.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Leon, Myra V. De, Ringgold P. Atienza, and Daniel Susilo. 2020. “Influence of Self-Service Technology (SST) Service Quality Dimensions as a Second-Order Factor on Perceived Value and Customer Satisfaction in a Mobile Banking Application.” *Cogent Business and Management* 7 (1): 1–17.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mallat, Rossi, and M Tuunainen. 2004. “Mobile Banking Services.” *Communications of the ACM* 4 (7): 42–46.
- Marlina, Asti, and Widhi Ariyo Bimo. 2018. “Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank.” *Jurnal Ilmiah Inovator* 7 (1): 14–34.
- Meuter, Matthew L, Amy L, Robert I Ostrom, Roundtree, and Mary Jo Bitner. 2000. “Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction with Technology-Based Service Encounters.” *Journal of Marketing* 64 (03): 50–64.
- Nuralam, Inggang Perwangsa. 2018. *Manajemen Hubungan Pelanggan Perbankan Syariah Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nurastuti, W. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Philip, Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

- Putra, Tofan Kimoro. 2016. "Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah." Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riswandi, Budi Agus. 2005a. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Riswandi, Budi Agus. 2005b. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ronny, Mochamad Nurhadi, and Aniek Maschudah Ilfitriah. 2020. "The Understanding Customer Satisfaction on Internet Banking: A Case Study in Indonesia." *Jurnal Organisasi Dan Manajemen* 16 (1): 36–46.
- Santoso, Singgih. 2004. *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS Versi 11.5*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Subaidi. 2018. "Peran Dan Fungsi Perbankan Syariah Perspektif Sosio-Kultur." *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 2 (2): 110–19.
- Sugiono, P. D. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017a. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D Edisi Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- . 2017b. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D." In , 2. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R n D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahputra, Danil, and Supiah Ningsih. 2020. "Pengaruh Kredit Perbankan Konvensional Dan Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Human Falah: Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 7 (1): 44–59.
- Syaipullah. 2011. "Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekanbaru." Universitas Islam NegeriSultas Syarif Kasim Pekanbaru Riau.
- Tamaruddin, Achmad Firdaus, and Endri. 2020. "Customer Satisfaction Mediates the Effect of Self Service Technology on Customer Loyalty in of Islamic Bank E-Banking Services in Indonesia." *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* 5 (2): 1–15.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi pemasaran edisi 4*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- . 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Triyanti, Debi, Reny Fitriana Kaban, and Muhammad Iqbal. 2021. "Peran

- Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah.” *JURNAL MUHAMMADIYAH MANAJEMEN BISNIS* 2 (1): 51–62.
- Vyctoria. 2013. *Bongkar Rahasia E-Banking Security Dengan Teknik Hacking Dan Carding*. Yogyakarta: Andi.
- Wardhana, Aditya. 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia.” *Derema Jurnal Manajemen* 10 (2): 273–84.
- Wiaston, Agus, And Ferra Eka Ramadhani. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Atm Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kcp ‘Bank Bri Malang.’” *Journal Koperasi Dan Manajemen Journal* 2 (1): 10–27.
- Yani, Evi, Ade Fitria Lestari, Hilda Amalia, and Ari Puspita. 2018. “Pengaruh Internet Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology Acceptance Model.” *Jurnal Informatika* 5 (1): 34–42.
- Zulmaizar, M Muzani and Rahman Abd. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Mandar." *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam* 4 (1)
- BSI. 26 April 2021. BSI Catat Volume Transaksi Digital Tembus Rp 40,85 Triliun, BSI mobile Nail 82%. <http://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-catat-volume-transaksi-digital-tembus-rp4085-triliun-bsi-mobile-naik-83> diakses 18 April 2022
- BSI. 13 April 2022. Terus Bertransformasi Digital, BSI Raih Penghargaan Mobile Banking Syariah Terbaik. <http://www.bankbsi.co.id/news-update/terus-bertransformasi-digital-bsi-raih-penghargaan-mobile-banking-syariah-terbaik> diakses 18 April 2022
- Otoritas Jasa Keuangan. Panduan Penyelenggaraan Digital Brach Oleh Bank umum. <http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/pages/Panduan-Penyelenggara-Digital-Branch-oleh-bank-Umum.aspx> diakses 12 Februari, 20122,

LAMPIRAN

Lampiran Kuesiober Penelitian

KUESIONER PENELITIAN**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA**

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta)

Assalamu'alaikum

Saya Adik Risa Pratiwi selaku mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta saat ini sedang melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA

(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta) “

Segala informasi yang diperoleh dari kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiannya. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini dengan benar, teliti, dan tepat.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas kesediaan dan partisipasinya dalam mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb

Hormat saya, 20 September 2022

ADIK RISA PRATIWI

185231062

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b.
 - c. Perempuan
3. Tahun Angkatan :
 - a. 2018
 - b. 2019
 - c. 2020
 - d. 2021
4. Prodi
 - a. Perbankan Syariah
 - b. Akuntansi Syariah
 - c. Manajemen Syariah
5. Apakah anda nasabah Bank Syariah Indonesia?
 - a. Ya
 - b. Tidak

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Bacalah pernyataan terlebih dahulu dengan cermat
2. Beri tanda centang untuk mengetahui seberapa jauh mengenai pernyataan ini. Masing-masing pertanyaan memiliki nilai yang terdapat pada kolom yang terkait.

STS = Sangat tidak setuju

TS = Tidak setuju

KS = Kurang setuju

S = Setuju

SS = Sangat setuju

C. Pernyataan Pada Kuesioner

1. X1 *Automatic Teller Machine*

No	Indikator/ Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Penanganan keluhan mesin ATM oleh karyawan BSI cepat dan tepat					
2	Pengoprasian menggunakan mesin ATM BSI itu mudah					
3	Mesin ATM BSI itu terletak ditempat yang strategis					
4	Transaksi menggunakan ATM BSI cepat dan praktis					
5	Transaksi menggunakan ATM BSI aman dan terjaga kerahasiaanya					

2. X2 *mobile banking*

No	Indikator/ Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Layanan <i>mobile banking</i> BSI dapat diakses 24 jam					
2	Adanya konfirmasi transaksi saya merasa nyaman bertransaksi menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSI					
3	<i>Mobile banking</i> BSI memiliki standar keamanan yang baik					
4	Dengan adanya layanan cek saldo, tranfer, bayar tagihan pada layanan <i>mobile banking</i> BSI memudahkan saya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari					
5	Aplikasi <i>mobile banking</i> BSI memiliki tampilan yang menarik dan modern					

3. X3 *Internet Banking*

No	Indikator/ Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Tampilan <i>website Internet banking</i> BSI didesain secara menarik dan informatif					
2	Fitur layanan dalam <i>Internet Banking</i> BSI menyediakan informasi dan laporan keuangan yang saya butuhkan					

3	layanan <i>Internet Banking</i> BSI cepat, efektif dan efisien dalam menyelesaikan transaksi perbankan					
4	Sistem <i>Internet Banking</i> BSI memiliki keamanan yang canggih dan terjamin kerahasiaan dalam bertransaksi					
5	Adanya layanan contact centre 24 jam-pada <i>internet banking</i> BSI membuat saya nyaman dalam bertransaksi					

4. Y (kepuasan)

No	Indikator/ Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Dengan kelengkapan fitur layanan yang disediakan saya merasa ATM BSI sudah sesuai harapan saya					
2	Dengan kemudahan bertransaksi menggunakan ATM BSI membuat saya berminat menggunakan kembali layanan ini					
3	Saya merasa puas dengan layanan ATM BSI sehingga saya akan merekomendasikan layanan ini kepada teman atau kerabat saya					
4	Dengan kelengkapan fitur layanan yang disediakan saya merasa <i>Mobile Baking</i> BSI sudah sesuai harapan saya					
5	Dengan kemudahan bertransaksi menggunakan <i>Mobile Baking</i> BSI membuat saya berminat menggunakan kembali layanan ini					
6	Saya merasa puas dengan layanan <i>Mobile Baking</i> BSI sehingga saya akan merekomendasikan layanan ini kepada teman atau kerabat saya					
7	Dengan kelengkapan fitur layanan yang disediakan saya merasa <i>Internet Baking</i> BSI sudah sesuai harapan saya					
8	Dengan kemudahan bertransaksi menggunakan <i>Internet Baking</i> BSI					

	membuat saya berminat menggunakan kembali layanan ini					
9	Saya merasa puas dengan layanan <i>Internet Banking</i> BSI sehingga saya akan merekomendasikan layanan ini kepada teman atau kerabat saya					

Lampiran Hasil Data Kuesioner

1. Variable ATM

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4
5	5	4	4	4
4	5	3	5	5
5	5	5	4	5
3	3	4	4	4
4	5	5	5	5
3	5	4	5	5
3	4	4	4	5
5	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	3	3	4	3
4	5	4	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	4	3	4	4
4	5	4	5	5
2	4	4	3	3
4	5	4	5	3
4	3	2	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
3	5	3	4	4
2	5	4	5	4
5	5	4	4	4
5	5	5	5	5

4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
5	5	4	4	4
3	4	4	4	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	5	4
4	5	5	5	5
3	4	4	4	4
4	3	5	2	2
3	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	4	5	1
4	4	4	4	5
4	5	3	4	4
5	5	5	5	5
4	5	3	4	5
4	4	4	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	5
4	5	5	5	5
4	4	3	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	5
4	4	4	5	5
4	5	3	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	5
4	4	4	4	4
4	5	3	3	5
2	5	5	5	5
3	4	3	4	3
4	5	4	4	4
3	4	4	3	3

3	3	3	3	3
3	5	4	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	3	4
5	5	5	5	5
3	5	4	4	4
4	5	5	5	5
3	4	4	4	4
4	5	4	5	5
4	4	4	4	4
4	5	4	5	5
3	4	3	4	4
4	4	2	3	3
3	3	3	4	3
5	4	3	5	5
4	5	4	5	5
3	4	4	4	4
4	5	5	5	5
2	4	3	4	5
2	3	3	5	4
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
4	5	5	4	5
4	5	4	4	5
2	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	5	5	4	4
3	4	4	4	4
3	4	3	4	4
4	4	3	4	4
5	5	2	5	5
4	5	4	4	5
3	4	4	4	5

2. Variabel Mobile Banking

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
5	5	4	3	4
3	4	4	3	4
5	5	4	4	4
4	5	5	4	5
3	4	4	5	4
5	5	5	3	5
5	5	5	4	5
5	5	5	4	5
4	4	3	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	4	5
5	5	4	3	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	4	3	4
5	5	5	4	5
4	4	5	3	5
4	5	4	2	3
5	5	4	4	3
4	3	4	3	4
4	5	5	4	4
4	4	3	4	4
5	5	5	3	5
3	4	4	2	3
5	4	5	5	4
4	4	4	4	4
4	5	4	3	3
4	4	5	4	4
4	4	4	3	4
4	5	4	4	5
4	4	4	3	4
5	5	4	4	4
5	4	4	5	5
4	5	5	4	5
4	5	5	3	5

4	5	4	2	3
4	5	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	2	5
4	5	5	3	4
5	3	5	4	4
5	4	4	3	5
4	5	4	1	4
5	5	5	4	5
5	5	5	4	5
4	4	4	5	4
5	5	5	3	4
5	5	5	3	5
4	4	4	3	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	3	5
4	5	5	4	5
3	5	4	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	3	4	3	5
4	5	5	3	4
5	5	5	4	5
5	5	5	3	4
4	5	4	3	4
5	5	5	4	4
4	3	4	4	3
4	5	5	3	4
5	5	5	3	5
3	3	4	5	4
5	5	5	3	5
4	4	4	3	4
5	5	4	3	4
4	4	4	3	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	4
5	5	5	5	5

4	4	4	3	4
4	5	5	3	5
4	4	4	5	4
5	5	5	5	5
4	3	4	3	4
5	5	5	4	4
3	4	4	4	3
4	5	5	5	5
4	4	4	3	4
5	5	5	3	5
5	5	5	4	5
4	3	4	4	4
5	3	5	3	5
4	4	4	3	4
5	5	5	3	4
4	4	5	3	5
5	5	5	4	5
4	5	4	3	5
4	5	4	4	4
4	5	5	3	4
4	5	4	3	4
4	5	4	3	4
4	4	4	3	4
5	5	5	4	5
5	5	5	4	5
5	5	4	4	5

3. Variabel Internet Banking

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
4	5	4	4	5
5	4	5	4	5
4	5	5	3	4
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5

5	4	5	4	4
5	5	5	4	5
4	4	5	4	5
4	3	5	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	4	3	4
3	4	4	4	4
4	4	3	3	2
4	3	4	3	4
4	5	4	4	5
3	3	3	3	3
5	4	4	4	5
3	4	4	3	5
5	4	4	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	5	4	4
4	4	4	4	4
4	5	4	4	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	3	4
4	4	5	4	3
4	5	5	4	5
5	5	5	5	5
5	5	5	3	3
4	5	4	4	4
4	4	5	4	5
5	5	5	4	4
4	4	4	2	3
3	4	4	3	4
5	5	5	5	5

4	4	4	4	4
4	5	4	4	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	5	3	4
4	4	4	3	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	4	3	4
4	5	5	4	4
4	4	4	4	3
5	5	4	4	4
4	3	4	3	4
3	3	3	3	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	4	4	4
3	3	3	3	4
3	3	3	3	3
4	4	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3

5	5	4	5	5
4	4	4	4	3
3	4	4	3	5
4	4	4	4	3
3	3	3	3	3
4	5	4	4	5
5	5	5	3	4
3	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	5	4	4
5	4	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	3
5	5	5	5	5
5	5	5	4	5
5	5	5	4	5

4. Variabel Kepuasan

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	3	4	5	4	4
5	5	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	3	5	4	5	5
3	4	5	4	3	4	3	4	4
5	5	4	3	4	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	5	5	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	3	3	3	3	3

4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	3	3	3	3
4	5	3	4	4	4	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4	5	4	4

Lampiran Hasil Analisis Data

Hasil Uji Analisis

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

a. Variabel ATM

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.399**	.265**	.266**	.213*	.623**
	Sig. (2-tailed)		,000	,008	,007	,034	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.399**	1	.440**	.543**	.503**	.795**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.265**	.440**	1	.326**	.345**	.675**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.266**	.543**	.326**	1	.542**	.732**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.213*	.503**	.345**	.542**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	,034	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100

TOTAL	Pearson Correlation	.623**	.795**	.675**	.732**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

b. Variabel Mobile Banking

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.601**	.466**	.428**	.344**	.769**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.601**	1	.521**	.500**	.306**	.785**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.466**	.521**	1	.567**	.445**	.797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.428**	.500**	.567**	1	.339**	.752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.344**	.306**	.445**	.339**	1	.644**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,001		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.769**	.785**	.797**	.752**	.644**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

c. Variabel Internet Banking

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.723**	.662**	.574**	.503**	.836**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.723**	1	.622**	.566**	.558**	.840**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.662**	.622**	1	.546**	.609**	.824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.574**	.566**	.546**	1	.651**	.816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.503**	.558**	.609**	.651**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.836**	.840**	.824**	.816**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.717**	.772**	.754**	.766**	.679**	.784**	.777**	.833**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

2. Uji Reliabilitas

a. ATM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,746	5

b. Mobile Banking

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	5

c. Internet Banking

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	5

d. Kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,911	9

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,97831542
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,066
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,384	1,215		3,607	,000
ATM	-,145	,075	-,284	-1,946	,055
MOBILE BANKING	,006	,090	,011	,064	,949

INTERNET BANKING	,000	,078	,001	,004	,997
------------------	------	------	------	------	------

3. Uji multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-5,668	1,924		-2,946	,004		
ATM	,447	,118	,221	3,781	,000	,452	2,213
MOBILE BANKING	1,145	,143	,528	7,997	,000	,353	2,836
INTERNET BANKING	,468	,124	,260	3,784	,000	,326	3,065

C. Uji Ketepatan Model

1. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2234,541	3	744,847	184,549	.000 ^b
Residual	387,459	96	4,036		
Total	2622,000	99			

2. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.923 ^a	,852	,848	2,009

D. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5,668	1,924		-2,946	,004
ATM	,447	,118	,221	3,781	,000
MOBILE BANKING	1,145	,143	,528	7,997	,000
INTERNET BANKING	,468	,124	,260	3,784	,000

E. Uji T-statistik (parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-5,668	1,924		-2,946	,004		
ATM	,447	,118	,221	3,781	,000	,452	2,213
MOBILE BANKING	1,145	,143	,528	7,997	,000	,353	2,836
INTERNET BANKING	,468	,124	,260	3,784	,000	,326	3,065

DATA PRIBADI

NAMA = ADIK RISA PRATIWI
TTL = SRAGEN, 15 APRIL 2000
JENIS KELAMIN = PEREMPUAN
ALAMAT = TEGALSARI, KETRO, TANON, SRAGEN
NO HP = 08821891745

PENDIDIKAN

2012-2015 = MTSN TANON
2015-2018 = SMA NEGERI 1 GEMOLONG
2018-2022 = UIN RADEN MAS SAID

11.45      93% 

SKRIPSI_ADIK RISA PRATIWI

ORIGINALITY REPORT

28%	28%	5%	8%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

INTERNET SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id <small>Internet Source</small>	2%
2	etheses.uin-malang.ac.id <small>Internet Source</small>	2%
3	repo.iain-tulungagung.ac.id <small>Internet Source</small>	2%
4	Submitted to Universitas Muria Kudus <small>Student Paper</small>	2%
5	Submitted to Universitas Nasional <small>Student Paper</small>	1%
6	repository.uinsatzu.ac.id <small>Internet Source</small>	1%
7	eprints.mercubuana-yogya.ac.id <small>Internet Source</small>	1%
8	etheses.iainponorogo.ac.id <small>Internet Source</small>	1%
9	repository.ar-raniry.ac.id <small>Internet Source</small>	1%
10	eprints.umm.ac.id <small>Internet Source</small>	1%
11	123dok.com <small>Internet Source</small>	1%