

Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui Self Service Technology (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan iB Hijrah

Felita Restianti¹, Mila Fursiana Salma Musfiroh^{2*}, Titik Hinawati³, Ainun Khabib⁴

¹²³⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo.

Email: milafursiana@unsiq.ac.id

Abstrak

Tujuan - Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh layanan *digital banking* melalui fasilitas SST seperti ATM, *M-Banking*, dan *I-Banking* terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah studi kasus pada nasabah Bank Muamalat KCP Purbalingga.

Metode - Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah tabungan iB Hijrah. Sampel yang digunakan sebanyak 99 responden dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan aplikasi IMB Statistik versi 25. Analisis ini meliputi uji validasi, realibilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji R².

Hasil - Hasil penelitian menunjukkan bahwa: ATM dan *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Adapun *Internet Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Implikasi - Penelitian ini menggunakan data nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga.

Kata kunci: ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, dan Kepuasan Nasabah.

Pendahuluan

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, beberapa Bank bersaing untuk berusaha memberikan peningkatan teknologi dan sistem informasinya agar bisa memberikan sebuah pelayanan jasa yang dapat memberi rasa puas pada nasabah. Pelayanan yang bisa memberikan kepuasan nasabah merupakan sebuah layanan jasa yang bersungguh-sungguh dan cermat (Kotler & Keller, 2021). Kepuasan nasabah dapat diukur juga pada kualitas layanan dan fasilitas yang diberikan oleh bank, sampai jaminan dalam kualitas dijadikan hal yang paling penting menurut bank. Untuk mewujudkan rasa puas yang tercipta pada nasabah terhadap pelayanan terdapat beberapa hal utama yang saling memiliki keterkaitan erat adalah pandangan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan. Kekuatan dalam mengakses juga menjadi salah satu keunggulan tersendiri dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dan jaringan.

Teknologi di perbankan dimanfaatkan dalam proses promosi, pemasaran, hingga sebagai alat pembayaran yang berbasis teknologi. Layanan yang diberikan perbankan berbasis teknologi sering disebut dengan *digital banking*. Yang dalam dewasa ini di sebut juga dengan istilah *Self Service Technology* (SST), yang terdiri dari layanan *Automatic Teller Mechine* (ATM), *Internet Banking*, dan *Mobile Banking*. ATM adalah alat elektronik yang merupakan fasilitas bagi nasabah bank dalam menarik uang dan melakukan pengecekan saldo dalam rekening tabungan dengan mudah tanpa perlu bantuan dari karyawan bank (Vyctoria, 2013). *Mobile Banking* adalah fasilitas perbankan yang menggunakan jaringan komunikasi seperti handphone dan memiliki fitur sama seperti ATM, namun tidak bisa untuk transaksi penarikan tunai, namun

dengan begitu *M-Banking* memudahkan nasabah bertransaksi dimana dan kapan saja karena dapat di akses 24 jam. Sedang *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 yang cukup fleksibel tanpa mengenal batas waktu dan tempat dibandingkan dengan pelayanan kantor. Dari ketiga layanan SST dapat diukur tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital melalui fasilitas SST, semakin baik pelayanan SST yang diberikan semakin berpengaruh terhadap perilaku dan kepuasan nasabah. Adapun (Jauhariyah, 2020) mengidentifikasi adanya lima indikator *service quality* yang mengukur interaksi antara *customer-to-employee* terhadap harapan dan kepuasan nasabah, yaitu: *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (tampilan fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap).

Bank Muamalat KCP Purbalingga memberikan tiga layanan SST, yaitu ATM, *M-Banking* atau dalam Bank Muamalat disebut dengan Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) dan layanan *Internet Banking*. Satu dari produk dan layanan BMI KCP Purbalingga adalah tabungan iB Hijrah, tabungan iB Hijrah adalah tabungan yang nyaman digunakan untuk kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu Shar-E Debit yang berlogo visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi berbelanja di merchant lokal dan luar negeri. Benefit yang didapat menjadi nasabah tabungan iB Hijrah cukup banyak dan menarik, diantaranya bebas biaya bulanan, setoran awal yang ringan, mendapat fasilitas kartu Shar-E Debit dan fasilitas *e-banking*. Kartu Shar-E Debit adalah kartu ATM yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam dan luar negeri dengan program khusus untuk transaksi di Arab Saudi. Kemudahan transaksi di seluruh ATM Bank Muamalat, ATM Prima, dan ATM Bersama, serta fasilitas *e-Banking* yang mana dalam Bank Muamalat adalah Muamalat DIN dan *Internet Banking* Muamalat (Ib.muamalah, 2022) yang dapat diakses dimana saja dengan fitur-fitur yang menarik. Dengan adanya benefit yang didapat dengan menjadi nasabah tabungan iB Hijrah tersebut terbukti nasabah untuk tabungan ini meningkat setiap tahunnya. Berikut tabel data nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga.

Tabel 1
Data Nasabah Tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	900
2	2018	1110
3	2019	1230
4	2020	1428
5	2021	1682
TOTAL		6350

Sumber: Data BMI KCP Purbalingga

Dalam akses jarak jauh penggunaan layanan SST, tentunya nasabah membutuhkan rasa percaya, namun kenyataannya masih banyak nasabah yang enggan menggunakan layanan SST dengan alasan merasa takut akan mengalami masalah atau kegagalan, fenomena lain yang terjadi ialah beberapa bank umum syariah masih sulit ditemukannya fasilitas ATM yang tersebar di seluruh Indonesia. Dari segi ATM yang masih tertinggal jauh dengan bank konvensional, hal tersebut bisa dijadikan sebagai kelemahan dari segi fasilitas SST di bank umum syariah dimata nasabah.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu layanan SST, yang pada masa ini kemajuan teknologi semakin pesat. Menurut Alwandi, Direktur BMI (2020) kebiasaan nasabah bergeser menggunakan layanan digital sejak adanya pandemi covid, sebelum pandemi jumlah transaksi digital hanya 30% dari total transaksi. Dengan adanya peningkatan menjadi 90% menunjukkan bahwa nasabah sudah mulai aktif dan nyaman bertransaksi menggunakan Muamalat DIN. Selama pandemi sampai September 2022 Muamalat DIN telah memproses transaksi perbankan lebih dari Rp 46 triliun yang berasal dari 33 juta transaksi, lebih dari 70% berupa transaksi transfer elektronik, sisanya adalah transaksi lain seperti pembelian pulsa dan *top up* uang elektronik. Dengan adanya layanan SST nasabah akan semakin dimudahkan dalam segala transaksi sehingga akan menambah tingkat kepuasan nasabah. Namun, di dalam kemudahan fasilitas SST yang diberikan, ada beberapa nasabah Bank Muamalat KCP Purbalingga yang masih ragu untuk menggunakan layanan SST. Herlan berpendapat bahwa kemudahan penggunaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan. Namun, penggunaan layanan SST juga dapat membuka peluang timbulnya kejahatan. Seperti halnya masalah dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan seringkali dipertanyakan oleh nasabah Bank Muamalat KCP Purbalingga sebelum menggunakan layanan SST (Herlan, personal communication, 2022).

Penggunaan ATM dan teller masih banyak terlihat hingga hari ini, nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga masih kerap mendatangi bank untuk melakukan transaksi melalui teller, baik transaksi finansial maupun non-finansial. Hal tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan nasabah terkait penggunaan layanan *e-banking* dan kurangnya perhatian nasabah yang disebabkan oleh adanya keraguan dan kesan negatif di benak nasabah dari penggunaan layanan *e-banking* seperti resiko yang mungkin timbul (L. Setiani, personal communication, 2022).

Dari beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh (Wicaksono, 2015) yang berjudul "Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah, Studi Kasus Bank BRI Malang" menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,51 yang berarti layanan SST berpengaruh positif terhadap kepercayaan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Penelitian oleh (Dharmawan, 2018) dengan judul "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology* (SST) Terhadap Perilaku Nasabah Prioritas, Studi Kasus Bank Bukopin"

menunjukkan bahwa variabel layanan SST berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah. Untuk penelitian (Susilawaty & Nicola, 2020) dengan judul "Pengaruh Layanan Perbankan Digital Pada Kepuasan Nasabah Perbankan" menunjukkan hasil untuk variabel *Digital Banking Service* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya untuk penelitian dari (Jauhariyah, 2020) dengan judul "Pengaruh *Self Service Technology* (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Indonesia" memperoleh hasil R^2 sebesar 0,51 yang berarti semua variabel layanan SST berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah masih adanya nasabah tabungan iB Hijrah yang kurang memahami sistem layanan digital melalui layanan SST di Bank Muamalat KCP Purbalingga, khususnya untuk *Mobile Banking* dan *Internet Banking* yang kebanyakan nasabah masih ragu dan takut akan mengalami kegagalan transaksi. Pertanyaan penelitian bagaimana pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), *mobile banking*, dan *Internet banking* terhadap kepuasan nasabah tabungan iB hijrah? Adapun tujuan penelitian untuk membuktikan pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), *mobile banking*, dan *Internet banking* terhadap kepuasan nasabah tabungan iB hijrah.

Kajian Pustaka

Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Sedangkan menurut Engel kepuasan nasabah adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul jika hasil yang didapat tidak memenuhi harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2021).

Self Service Technology

Menurut Banar dalam jurnal administrasi bisnis *Self servicetechnology* secara umum didefinisikan sebagai teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk bertransaksi ataupun melakukan pelayanan secara mandiri seperti halnya layanan yang dilakukan secara langsung. Pengguna teknologi *self service technology* (SST), seperti *online system*, *mobile banking* yang biasanya berbasis handphone/ gadget (*phone banking*), *internet banking*. Penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*) merupakan strategi suatu bank dalam mempertahankan dan memuaskan pelanggan yakni nasabah serta untuk menciptakan keunggulan kompetitif sebagai upaya agar mampu bersaing dengan bank lainnya (Wicaksono, 2015). Layanan SST terdiri dari ATM, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking*.

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 itu sendiri merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dan 7 hari atau satu minggu termasuk hari libur (Eviliyanto, 2014).

Mobile Banking

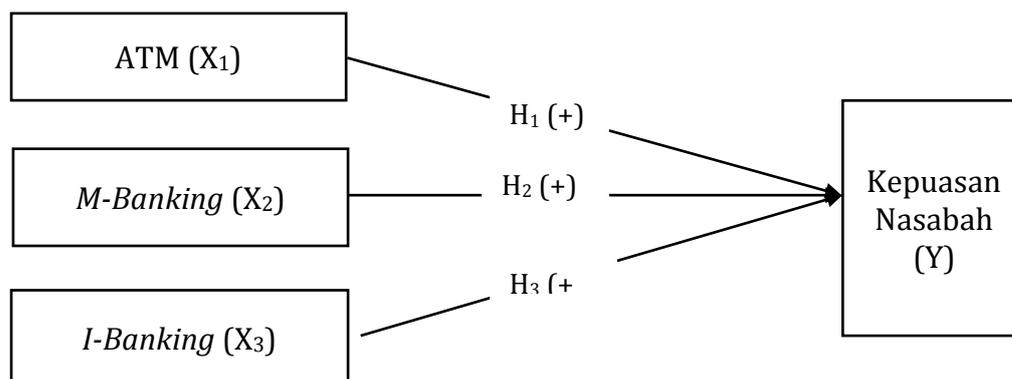
M-Banking adalah fasilitas yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi online. Fasilitas online ini hanya dapat digunakan di *smartphone*. Dengan *mobile banking* atau *m-banking*, nasabah bisa melakukan berbagai transaksi keuangan layaknya transaksi di ATM. Mulai dari transfer, isi pulsa, token listrik, hingga lainnya. Jadi, nasabah bisa melakukan pembayaran penting dimana dan kapan saja.

Internet Banking

Internet Banking merupakan layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan bank yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer *desktop*, *laptop*, *tablet*, atau *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank.

Gambar 1

Model Penelitian



Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2018). Populasi penelitian ini yaitu nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga sejumlah 6350 nasabah. Sampel penelitian ini menggunakan teknik random sampling, teknik random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi itu (Suliyanto, 2018), kemudian data populasi dimasukkan rumus Slovin dan hasilnya sebanyak 98,4 dibulatkan menjadi 99 responden.

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pernyataan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden. Setiap indikator pernyataan dari kuesioner menggunakan skala *likert*. Sedangkan definisi operasional variabel penelitian, terdiri dari ATM (X1) 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. *Mobile banking* (X2)

merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber IdentityModule Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau *SIM Toolkit*. Layanan *internet banking* (X3) memungkinkan masyarakat dan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. Dengan indikator *Reability* (Kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), dan *Tangibles* (keadaan fisik). Adapun kepuasan nasabah (Y) merupakan suatu harapan dari konsumen yang dapat terpenuhi dengan kinerja produk atau jasa sehingga akan menimbulkan rasa puas karena keinginannya sudah terpenuhi dengan baik (Kotler & Keller, 2021) dengan indikator *Reability* (Kehandalan), *Usuability* (daya guna), *Enjoyment* (kenikmatan), *Perceived Control* (kontrol yang dirasakan), *Perceived Speed* (kecepatan yang dirasakan).

Teknik analisis data penelitian ini dibantu dengan aplikasi SPSS versi 25, yang terdiri dari uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis berupa uji t, uji f, uji koefisien determinasi, dan uji regresi linier berganda.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

1.1 Uji Validitas

Tabel 2
Uji Validitas

No	Variabel	Item	R Hitung	R tabel	Keterangan
1	ATM	X1.1	1	0,197	VALID
2		X1.2	0,388	0,197	VALID
3		X1.3	0,520	0,197	VALID
4		X1.4	0,358	0,197	VALID
5	M-Banking	X2.1	0,401	0,197	VALID
6		X2.2	0,404	0,197	VALID
7		X2.3	0,589	0,197	VALID
8		X2.4	0,454	0,197	VALID
9	I-Banking	X2.5	0,480	0,197	VALID
10		X3.1	0,412	0,197	VALID
11		X3.2	0,408	0,197	VALID
12		X3.3	0,610	0,197	VALID
13		X3.4	0,478	0,197	VALID
14		X3.5	0,460	0,197	VALID
15	KepuasanNasabah	Y.1	0,475	0,197	VALID
16		Y.2	0,566	0,197	VALID
17		Y.3	0,696	0,197	VALID
18		Y.4	0,557	0,197	VALID
19		Y.5	0,477	0,197	VALID

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dilihat dari tabel tersebut, menunjukkan bahwa hampir semua variabel X₁, X₂, X₃, dan Y menghasilkan nilai R_{hitung} > T_{tabel} (0,197), sehingga dapat dikatakan semua variabel X₁, X₂, X₃, dan Y valid.

1.2 Uji Reabilitas

Tabel 3. Uji Reabilitas

No	VARIABEL	ITEM	R _{tabel}	Cronbach Alpha	Tanda	Batas	Keterangan
1	ATM	X1	0,197	0,722	>	0,6	Reliabel
2	M-Banking	X2	0,197	0,839	>	0,6	Reliabel
3	I-Banking	X3	0,197	0,834	>	0,6	Reliabel
4	Kepuasan Nasabah	Y	0,197	0,877	>	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil pada variabel ATM (X₁), M-Banking (X₂), I-Banking (X₃), dan Kepuasan Nasabah (Y) lebih besar dari nilai batas Cronbach Alpha 0,6, artinya seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel di atas adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

2.1 Uji Normalitas

Tabel 4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.57348882
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.059
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.265

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan uji normalitas dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* memiliki probabilitas tingkat signifikansi di atas tingkat $\alpha = 0,05$ yaitu 0,265. Hal ini berarti dalam model regresi terdapat variabel residual yang terdistribusi secara normal.

2.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 5
Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
ATM	0,562	1,780	Tidak Terjadi Multikolinieritas
M-Banking	0,563	1,776	Tidak Terjadi Multikolinieritas
I-Banking	0,590	1,695	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa variabel independen yaitu ATM, *M-Banking*, *I-Banking* mempunyai nilai Tolerance di atas > 0,1 dan nilai VIF dibawah < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	.303	.972		.312	.756
ATM	.038	.059	.092	.651	.516
M-BANKING	.035	.053	.092	.665	.508
I-BANKING	-.028	.049	-.077	-.577	.565

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai signifikansi untuk variabel ATM (X_1) adalah 0,516, nilai untuk variabel *M-Banking* (X_2) adalah 0,508, sementara untuk variabel *I-Banking* (X_3) adalah 0,565. Karena nilai signifikansi ketiga variabel di atas lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Uji Hipotesis

3.1 Regresi Linier Berganda

Tabel 7
Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.728	1.674		1.032	.305
ATM	.562	.101	.498	5.566	.000
M-BANKING	.416	.092	.396	4.540	.000
I-BANKING	-.047	.084	-.047	-.556	.580

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.30 dengan output SPSS, telah memperoleh persamaan linear berganda sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$. Dimana nilai koefisien $\alpha = 1,728$, $\beta_1 = 0,562$, $\beta_2 = 0,416$ dan $\beta_3 = -0,047$. Maka didapat model linear berganda $Y = 1,728 + 0,562 + 0,416 - 0,047$.

Dari persamaan di atas hasil yang dapat diperoleh sebagai berikut:

- Nilai konstanta $\alpha = 1,728$ menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi oleh variabel ATM (X1), *M-Banking* (X2) dan *I-Banking* (X3). Maka besarnya kepuasan nasabah (Y) sebesar 1,728.
- Untuk pengaruh ATM terhadap kepuasan nasabah (H1) memiliki nilai koefisien 0,562 dan signifikansi 0,000. Karena memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara layanan ATM terhadap kepuasan nasabah.
- Untuk pengaruh *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah (H2) memiliki nilai koefisien 0,416 dan signifikansi 0,000. Karena memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga terdapat pengaruh dari layanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah.
- Untuk pengaruh *I-Banking* terhadap kepuasan nasabah, (H3) memiliki nilai koefisien -0,047 dan signifikansi sebesar 0,580, karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka H_0 diterima dan H_3 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel *I-Banking* terhadap kepuasan nasabah.

3.2 Uji T

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial atau untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Statistik uji t ini juga dapat digunakan untuk mengetahui variabel-variabel independen mana yang paling dominan mempengaruhi variabel dependen. Dengan melihat kriteria dari tingkat signifikansi sebagai berikut: H_0 diterima jika signifikansi variabel $> \alpha = 0,05$ dan H_0 ditolak jika signifikansi variabel $< \alpha = 0,05$

Berdasarkan tabel 7 distribusi t dicari pada $\alpha 5\%$ dengan uji satu sisi dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$, (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Atau $99-3-1=95$ maka $t_{tabel} = 1,985$.

- Pengaruh ATM terhadap kepuasan nasabah, terlihat dari hasil olahan data pada tabel tersebut, diketahui nilai t_{hitung} adalah 5,566. Apabila koefisien tersebut diuji dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} maka didapatkan hasil $t_{hitung} 5,566 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$ dan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh positif layanan ATM terhadap kepuasan nasabah.
- Pengaruh *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah, terlihat dari hasil olahan tabel tersebut, dapat diketahui $t_{hitung} 4,450$, maka $t_{hitung} 4,450 > t_{tabel} 1,985$, dan tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi variabel *M-Banking* adalah $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya terdapat pengaruh positif dari *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah.
- Pengaruh *I-Banking* terhadap kepuasan nasabah, dari hasil data tabel tersebut, diketahui nilai $t_{hitung} 0,556 < t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi $0,580 > 0,05$. Sehingga H_0 diterima dan H_3 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh antara layanan *I-Banking* terhadap kepuasan nasabah.

3.3 Uji F

Tabel 8
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	373.001	3	124.334	48.681	.000 ^b
	Residual	242.635	95	2.554		
	Total	615.636	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

b. Predictors: (Constant), I-BANKING, M-BANKING, ATM
sumber: Data primer diolah, 2022

Tabel 8 menunjukkan hasil perhitungan $F_{hitung} 48,681 > F_{tabel} 2,69$. Dengan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara Bersama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan, yang berarti terdapat pengaruh X1, X2, X3 secara simultan terhadap Y.

3.4 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9
Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	1.598

a. Predictors: (Constant), I-BANKING, M-BANKING, ATM

Sumber: Data primer diolah, 2022

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* yang dihasilkan sebesar 0,593 yang artinya 59,3% variabel dependen kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel independen ATM, *M-Banking*, *I-Banking* dan sisanya 40,7% dijelaskan variabel lain diluar variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh *Automatic Teller Mechine (ATM)* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya didapatkan hasil bahwa ATM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai dari $T_{hitung} 5,566 > T_{tabel} 1,985$ dan nilai sig $0,00 < 0,05$, yang artinya bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berpengaruh positif dapat dijelaskan bahwa saat variabel ATM mengalami peningkatan, maka variabel kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya.

Dalam teori (Kotler & Keller, 2007) kepuasan nasabah yaitu perasaan senang yang dihasilkan dari perbandingan kesannya terhadap hasil suatu produk, hal tersebut sama dengan penelitian ini, bahwa nasabah Bank Muamalat KCP Purbalingga merasa puas dengan adanya fasilitas ATM yang bisa mereka operasikan secara personal dalam memenuhi kebutuhan transaksi perbankan mereka tanpa harus perlu mengantri di

kantor untuk mendapatkan bantuan dari para karyawan. Adapun hal lain yang harus dipertimbangkan yaitu kenyamanan lokasi merupakan pilihan utama bagi nasabah saat melakukan transaksi dengan mesin ATM, dalam teori 5 indikator untuk mengukur kepuasan nasabah menurut (Parasuraman & Grewal, 2000) salah satunya adalah *tangibles* atau tampilan fisik, yaitu penampilan fisik meliputi tersedianya tempat untuk parkir, kebersihan, kerapian, dalam penelitian ini untuk lokasi ATM di Bank Muamalat KCP Purbalingga cukup strategis dan aman, dikarenakan terletak tak jauh dari jantung kota Purbalingga yaitu alun-alun Purbalingga, yang notabene alun-alun adalah tempat yang ramai sehingga untuk keamanan juga sudah cukup baik, tersedia tempat untuk parkir motor dan mobil, kenyamanan lokasi tersebut dapat dilihat dari segi keamanan yang mana ada kamera CCTV pada setiap lokasi mesin ATM. Selain itu kebersihan dalam lokasi ATM juga sangat berpengaruh untuk menghasilkan rasa nyaman bagi nasabah, hal tersebut dapat didukung dengan fasilitas kebersihan lain seperti adanya tempat sampah dan juga AC yang ada di setiap lokasi dari mesin ATM itu sendiri.

Bagi nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga, Fasilitas dari ATM selain yang sudah disebutkan di atas juga untuk syarat membuat kartu ATM hanya KTP dan buku tabungan, sebelum melakukan transaksi atau sedang proses membuat kartu ATM, biasanya CS Bank Muamalat KCP Purbalingga terlebih dahulu menjelaskan kegunaan kartu ATM, dan fitur-fitur yang tersedia di mesin ATM, sehingga nasabah merasa aman dan nyaman sebelum menggunakan ATM, serta *benefit* yang didapatkan dari nasabah tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat untuk transaksi ATM adalah bebas biaya Tarik tunai di seluruh jaringan ATM dan/atau ATM Bersama berlogo VISA, apabila saldo setelah penarikan Rp. 10 juta. Bebas biaya transfer melalui seluruh *channel* apabila telah melakukan registrasi Muamalat DIN. Menurut Ibu Nur nasabah tabungan iB Hijrah ATM Muamalat juga menyediakan fitur transaksi seperti pembayaran zakat, infaq, sodaqoh, yang mempermudah nasabah khususnya nasabah tabungan iB Hijrah untuk memberikan sedikit rezeki kepada orang-orang yang membutuhkan ataupun dikelola untuk manfaat lainnya (Nur, personal communication, 2022).

Dari penjelasan di atas dan di dukung dengan hasil analisis regresi maka dapat disimpulkan fasilitas ATM berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Susilawaty & Nicola, 2020) yang menyimpulkan bahwa *Digital Banking* melalui ATM tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis sebelumnya didapatkan hasil bahwa *Mobile Banking* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} 4,450 > T_{tabel} 1,985$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berpengaruh positif dapat dijelaskan bahwa saat variabel *Mobile Banking* mengalami peningkatan, maka variabel kepuasan nasabah juga akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya.

Salah satu indikator pengukuran kepuasan nasabah menurut teori (Parasuraman & Grewal, 2000) adalah *Responsiveness* atau daya tanggap, yaitu respon/kesigapan karyawan dalam membantu nasabah, memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yaitu meliputi kesigapan karyawan dalam melayani nasabah, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan nasabah. Berdasarkan teori tersebut dapat dikaitkan dengan penelitian ini, karyawan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *Mobile Banking* yang kemudian dapat dijabarkan bahwa kepuasan

nasabah terjadi akibat adanya rasa puas yang dirasakan setelah mengoperasikan fasilitas *Mobile Banking* dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi yang dapat dilakukan secara cepat, efektif, dan efisien. Selain konsisten, ketergantungan dan ketepatan waktu merupakan hal penting untuk memaksimalkan kepuasan nasabah.

Untuk nasabah di Bank Muamalat KCP Purbalingga mengenai Muamalat DIN, sangat memberi kemudahan pada nasabah, saat pendaftaran juga sangat mudah, jadi nasabah tinggal mengklik daftar dan tidak perlu memasukkan nomor ATM karena ketika memasukkan nomor rekening sudah otomatis langsung menginput semua data jadi itu memang lebih memudahkan. Ditambah beberapa fasilitas Muamalat DIN yang cukup banyak dan menguntungkan bagi nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga, seperti 1) saat masuk langsung memperlihatkan jumlah saldo keseluruhan, 2) *Biometric-login* (masuk dengan menggunakan sidik jari), 3) isi ulang uang elektronik berupa OVO dan Gopay, 4) biaya transfer ke Bank lain murah, 5) terdapat konten islami (jadwal sholat, kiblat, dan kalkulator zakat) yang bisa digunakan oleh umum atau non nasabah Bank Muamalat, 6) bisa buka rekening secara online, 7) mutase rekening bisa sampai 3 bulan terakhir, dan 8) bisa isi ulang pulsa.

Dari penjabaran dan bukti hasil analisis regresi, maka dapat disimpulkan bahwa *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Dharmawan, 2018) yang menyimpulkan bahwa *Mobile Banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Susilawaty & Nicola, 2020) yang menyatakan bahwa *Digital Banking* melalui *Mobile Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian, sebelumnya didapatkan hasil bahwa *Internet Banking* tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} 0,556 < T_{tabel} 1,985$ dan nilai sig $0,58 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_3 ditolak. Hal ini berbeda dari beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya pengaruh positif *I-Banking* terhadap kepuasan nasabah.

Dari indikator pengukuran kepuasan nasabah (Parasuraman & Grewal, 2000) salah satunya adalah *assurance* atau jaminan, yaitu kemampuan dalam keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan kepada nasabah, namun dalam penelitian ini banyak nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga yang masih was-was akan menggunakan fasilitas *Internet Banking* ini, karena kekurangan utama dari *Internet Banking* ini adalah *terror cyber-crime*, terlebih jika nasabah kurang hati-hati. Untuk mengakses *Internet Banking* juga tidak hanya tersambung dengan internet saja, tetapi harus dipastikan jika jaringan internet stabil saat akan melakukan transaksi. Kadang, *Internet Banking* tidak memberikan respon saat nasabah tidak mempunyai jaringan yang jelek. Walaupun bertransaksi dengan *Internet Banking* mudah dan cepat akan tetapi transaksi finansial *Internet Banking* harus membayar pulsa dahulu untuk mendapatkan token.

Bagi nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga, untuk registrasi *I-Banking* Muamalat cukup memakan waktu karena nasabah harus *effort* untuk ke ATM hanya untuk registrasi dan setelah registrasi hanya bisa digunakan untuk cek saldo dan mutasi rekening. Sedangkan, untuk dapat menikmati transaksi finansial nasabah harus mengunjungi *Customer Service* Bank Muamalat untuk mengisi formulir aktivasi transaksi finansial.

Dari penjelasan tersebut dan dari hasil analisis regresi maka dapat disimpulkan bahwa *Internet Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat KCP Purbalingga. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Susilawaty & Nicola, 2020) yang menyatakan *Internet Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, dan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan dengan penelitian (Jauhariyah, 2020) hasil dari uji saudara Iftihatul memperoleh signifikansi uji $t_{0,037} < 0,05$, yang berarti layanan *Internet Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil hipotesis 1 menunjukkan bahwa variabel ATM berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga. Artinya penggunaan ATM oleh nasabah tabungan iB Hijrah sangat mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga.
2. Hasil hipotesis 2 menunjukkan bahwa variabel *M-Banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga. Artinya penggunaan *M-Banking* bagi nasabah sangat mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga.
3. Hasil hipotesis 3 menunjukkan bahwa variabel *I-Banking* tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah di Bank Muamalat KCP Purbalingga. Artinya penggunaan *I-Banking* tidak memberikan pengaruh bagi kepuasan nasabah, sehingga mereka tetap akan menabung di tabungan iB Hijrah Bank Muamalah KCP Purbalingga.

Referensi

- Dharmawan, S. A. (2018). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Selfservice Technology (Sst) Terhadap Perilaku Nasabah Prioritas. *UNEJ E-Proceeding*.
- Eviliyanto, E. (2014). Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Perbankan di Kota Surakarta. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 12(1), 49–62.
- Herlan. (2022). *Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan SST BMI* [Personal communication].
- Ib.muamalah. (2022). *Internet Banking Bank Muamalah*.
- Jauhariyah, I. (2020). *Pengaruh Self-Service Technology (SST) terhadap kepuasan nasabah pada bank umum syariah di Indonesia*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 2*.
- Nur. (2022). *Fitur-fitur transaksi pada ATM Bank Muamlat* [Personal communication].
- Parasuraman, A., & Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: A research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 168–174.
- Setiani, L. (2022). *Penggunaan Layanan e-Banking BMI* [Personal communication].
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suliyanto, P. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*.

- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190.
- Vyctoria, B. R. E. (2013). Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding. *Yogyakarta: Penerbit Andi*.
- Wicaksono, B. (2015). *Pengaruh Self-Service Technology terhadap Kepercayaan, Kepuasan, dan Loyalitas Nasabah.(Survei pada nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang)*.