

SKRIPSI

PENGARUH LAYANAN *INTERNET BANKING, MOBILE BANKING, DAN AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM)* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KOTA BANDA ACEH



Diajukan Oleh :

**ARIF MUNANDAR
NIM. 140603207**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2020 M/1441 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arif Munandar
NIM : 140603207
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:


1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak memanipulasi dan memalsukan data*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Bandar Aceh, 29 Agustus 2020
Yang Menyatakan,

A R - R A N I R Y


Arif Munandar
NIM. 14060320



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arif Munandar
NIM : 140603207
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Email : munandarab.77@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar- Raniry Banda Aceh, Hak bebas Royalti Non- Eksklusif (*Non- Exclusive Royalti-Free Ringht*) atas karya ilmiah:

Tugas akhir KKU Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Layanan *Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kota Banda Aceh.

Beserta perangkat Yang diperlukan. Dengan hak bebas Royalti Eklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar- Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara fulltext untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 29 Agustus 2020

Mengetahui

Penulis

Arif Munandar

Pembimbing I

Ayumiati SE, M.Si
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Jalilah, S.HI, M.Ag
NIDN. 2008068803

LEMBAR PENGESAHAN HASIL SIDANG

SKRIPSI

Arif Munandar
NIM. 140603207

Dengan judul:

**PENGARUH LAYANAN *INTERNET BANKING, MOBILE BANKING,*
DAN AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KOTA
BANDA ACEH**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 Dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/ Tanggal:

Sabtu,

29 Agustus 2020 M
10 Muharam 1442 H

Banda Aceh
Tim Penilai Sidang Hasil Skripsi

Ketua,

Ayumiati, SE., M.Si
NIP. 197806152009122002

Sekretaris

Jalilah, S.HI., M.Ag
NIDN. 2008068803

Penguji I,

Eliana, SE., M.Si
NIDN. -

Penguji II,

Isnaliana, S.HI., MA
NIDN. 2029099003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Zaki Fuad M. Ag
NIP. 19640141992031003

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**PENGARUH LAYANAN *INTERNET BANKING, MOBILE BANKING,*
DAN AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KOTA
BANDA ACEH**

Disusun Oleh:

Arif Munandar
NIM. 140603207

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah
memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I

Ayumiati, SE., M.Si
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II

Jalilah, S.HI., M.Ag
NIDN. 2008068803

A R - R A N I R Y

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kota Banda Aceh**”. Selawat serta salam penulis sanjungkan kepada nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kehidupan manusia lebih bermakna dan berilmu pengetahuan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag Selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ayumiati SE., M.Si selaku sekretaris program studi perbankan syariah, serta muklis SH. I., SE., M.H

selaku Operator program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Ayumiati SE., M.Si, sebagai dosen pembimbing I, Dr. Muhammad Adnan SE., M.Si, selaku Penasehat Akademik dan Jalilah, S.HI.,M.Ag sebagai pembimbing II saya yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan ilmu pengetahuan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Eliana, SE., M.Si, selaku penguji I dan Isnaliana, S.HI., MA, selaku penguji II dalam sidang Munaqasyah Skripsi.
6. Pimpinan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Banda Aceh, karyawan serta seluruh nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Banda Aceh yang telah memberikan kemudahan dalam proses pengumpulan data untuk menyusun skripsi ini.
7. Ayahanda tercinta Abakar Umar dan ibunda tercinta Tiraimah, beserta kakak Safarliah, Jabaliah, Suryani, Darwani, juga abang Sulaiman, Nazaruddin dan adik Abdul Razak yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian, arahan, dukungan dan motivasi sehingga penulisan bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada sahabat terbaik selama ini Mikyal muna, Andirah Munandar, Farial Farabi, Syuhada Mofik terima kasih atas

perhatian, semangat dan motivasi yang telah kalian berikan selama ini.

9. Semua pihak yang telah memberikan sumbangnya baik moril dan materil sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik, serta semua pihak yang telah banyak membantu, namun tidak dapat disebutkan satu persatu

Semoga segala doa, bantuan, motivasi, saran dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan baik sehingga memperoleh balasan baik dari Allah SWT. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat.

Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi sumbangan bagi perkembangan akademik.

Banda Aceh, 29 Agustus 2020
Penulis,

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Arif Munandar
NIM. 140603207

ABSTRAK

Nama : Arif Munandar
NIM : 140603207
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine (Atm)* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Rakyat Indonesia Kota Banda Aceh
Tanggal Sidang : 29 Agustus 2020
Tebal Skripsi : 86
Pembimbing I : Ayumiati, SE.,M. Si
Pembimbing II : Jalilah, S. Hi., M.Ag

PT. BRI Syariah merupakan salah satu perbankan yang menjalankan prinsip syariah dengan menyediakan berbagai layanan kemudahan bagi nasabah. PT. BRI Syariah menyediakan kemudahan akses layanan perbankan melalui *internet banking*, *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine (ATM)* yang ditujukan untuk meningkatkan kepuasan setiap nasabahnya. Tujuan penelitian ini untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan *internet banking*, *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh dan untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan *internet banking* *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine (ATM)* secara simultan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan questioner kepada 80 nasabah yang telah diuji validitas dan releabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan *software SPSS versi 21,0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara parsial variabel *internet banking*, *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Syariah dan (2) secara simultan variabel *internet banking*, *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Syariah.

Kata Kunci: **Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine (ATM)**

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Kepuasan	12
2.1.1 Pengertian Kepuasan	12
2.1.2 Konsep Kepuasan Konsumen dalam Islam ..	15
2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	16
2.1.4 Teknik Pengukuran Kepuasan	20
2.2 <i>Internet Banking</i>	23
2.3 <i>Mobile Banking</i>	25
2.4 <i>Automatic Teller Machine (ATM)</i>	26
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu	27
2.6 Pengaruh Antar Variabel	31
2.6.1 Pengaruh <i>Internet Banking</i> terhadap kepuasan Nasabah.....	31
2.6.2 Pengaruh <i>Mobile Banking</i> terhadap kepuasan Nasabah.....	31

2.6.3	Pengaruh <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) terhadap kepuasan Nasabah	32
2.6.4	Pengaruh <i>Internet Banking, Mobile Banking, Automatic Teller Machine</i> (ATM) terhadap kepuasan Nasabah	32
2.7	Kerangka Berfikir	33
2.8	Hipotesis	34
BAB III	METODE PENELITIAN	36
3.1	Jenis Penelitian	36
3.1.1	Pendekatan Penelitian	36
3.2	Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	36
3.3	Jenis dan Sumber Data	37
3.4	Teknik Perolehan Data	38
3.5	Skala Pengukuran	38
3.6	Definisi Variabel	39
3.7	Uji Instrumen Penelitian	41
3.7.1	Uji Validitas	42
3.7.2	Uji Reliabilitas	42
3.8	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.1	Uji Normalitas	43
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas	44
3.8.3	Uji Multikolinieritas	44
3.9	Uji Regresi Linier Berganda	45
3.10	Uji Hipotesis	45
3.10.1	Uji Secara Parsial (Uji t)	46
3.10.2	Uji Secara Bersama-Sama (Uji F)	46
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Gambaran Umum Bank BRI Syariah	48
4.1.1	Sejarah Singkat Bank BRI Syariah	48
4.1.2	Visi dan Misi Bank BRI Syariah	50
4.2	Karakteristik Responden	51
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..	53
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah	53
4.3	Analisis Frekuensi Persepsi Responden	54
4.3.1	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Penggunaan Layanan dan Indikator <i>Internet Banking</i> (X1)	55
4.3.2	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i> , Indikator <i>Mobile Banking</i> (X2).....	57
4.3.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Penggunaan Layanan <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM), Indikator <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) (X3)	59
4.3.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan (Y)	61
4.4	Pengujian Validitas Variabel	63
4.5	Pengujian Reliabilitas	65
4.6	Pengujian Normalitas	66
4.7	Pengujian Heteroskedastisita	67
4.8	Uji Multikolinearitas	68
4.9	Hasil Regresi Linier Berganda	68
4.10	Pengujian Hipotesis.....	70
4.10.1	Uji T (Uji Parsial)	70
4.10.2	Pengujian F (Uji Simultan)	71
4.11	Pengujian Determinasi	72
4.12	Pembahasan	73
4.12.1	Pengaruh <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah	73
4.12.2	Pengujian <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan	74
4.12.3	Pengujian <i>ATM</i> Terhadap Kepuasan	75
4.12.4	Pengaruh <i>Internet Banking</i> , <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> Terhadap Tingkat Kepuasan.....	75

BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79



DAFTAR TABEL

2.1	Kajian Penelitian Terdahulu.....	28
3.1	Skala pengukuran.....	39
3.2	Instrumen Penelitian.....	40
4.1	Data Jenis Kelamin Responden.....	51
4.2	Data Pekerjaan Responden.....	52
4.3	Data Usia Responden.....	53
4.4	Berdasarkan lamanya responden menjadi nasabah.....	54
4.5	Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden.....	55
4.6	Persepsi Responden Terhadap Penggunaan Layanan <i>Internet Banking</i>	55
4.7	Persepsi Responden Terhadap Penggunaan Layanan <i>Mobile Banking</i>	57
4.8	Persepsi Responden Terhadap Penggunaan Layanan ATM.....	59
4.9	Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Layanan Bank BRI Syariah.....	61
4.10	Uji Validitas Variabel.....	64
4.11	Pengujian Reliabelitas.....	65
4.12	Pengujian Normalitas Variabel.....	66
4.13	Uji Heteroskedastisitas.....	67
4.14	Uji Multikolinearitas.....	68
4.15	Regresi Linier Berganda.....	69
4.16	Uji T Parsial.....	70
4.17	Pengujian F (Uji Simultan).....	72
4.18	Hasil Pengujian Determinasi.....	72

A R - R A N I R Y

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Berfikir 33



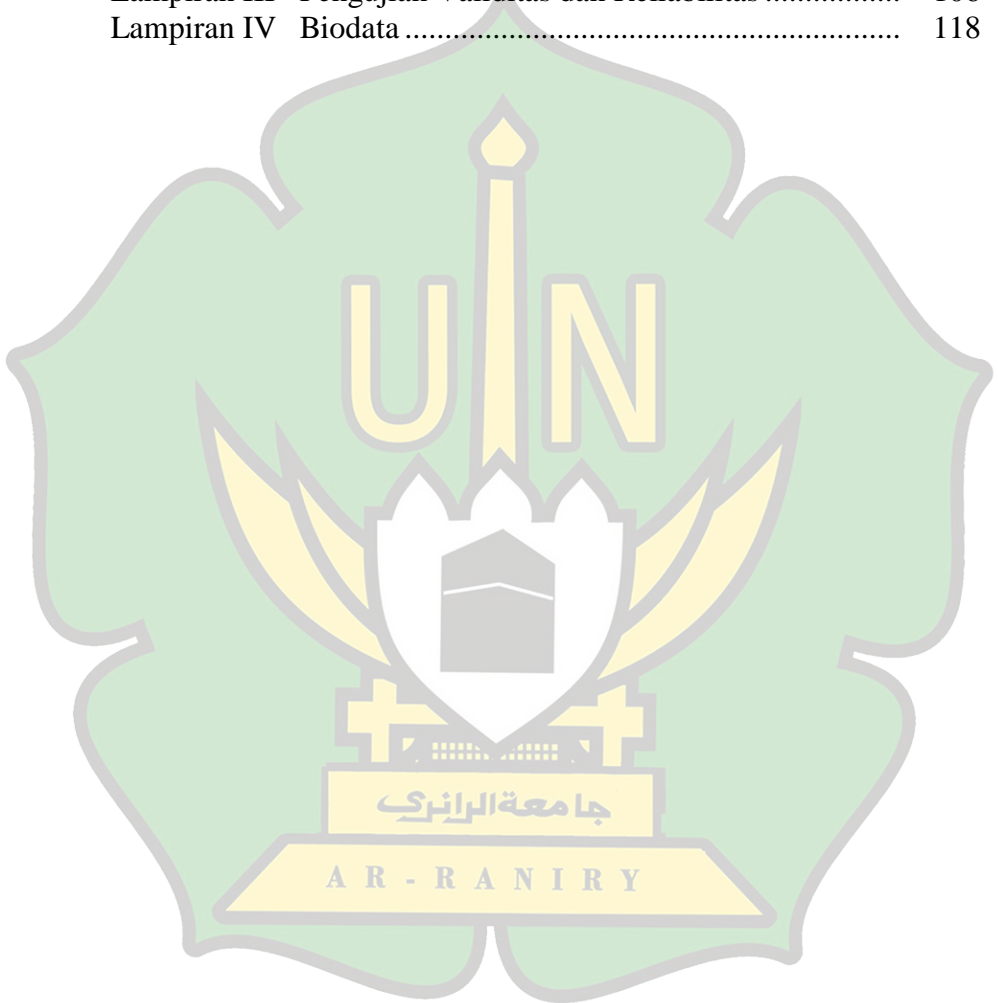
DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1: Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia.....	5
--	---



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Angket	82
Lampiran II	Data Hasil Pengisian Kuisisioner	91
Lampiran III	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	106
Lampiran IV	Biodata	118



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara umum bank dapat diartikan sebagai suatu lembaga keuangan yang di dalamnya memiliki fungsi sebagai lembaga penyimpanan dana, penyaluran dana dan juga jasa lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Hal ini sesuai dengan ketentuan pasal 1 ayat (2) UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan yang menyebutkan bahwa “Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”(Sudarsono, 2004:24). Bank dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu bank yang menganut sistem pembayaran bunga yang lebih dikenal sebagai bank konvensional dan bank yang dalam operasionalnya menggunakan sistem bagi hasil atau bank syariah. (Muhammad, 2004:4).

Mengingat perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara pihak yang berkelebihan dana (*surplus*) dan pihak yang kekurangan dana (*defisit*). Sehingga, perbankan merupakan salah satu lembaga yang memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, dalam memaksimalkan kegiatannya, khususnya dalam penghimpunan dana perbankan harus dapat berinovasi untuk

mempertahankan nasabah atau bahkan untuk menambah nasabah baru. Oleh sebab itu, inovasi tersebut harus dapat mencapai tingkat kepuasan nasabah (Zamroni, 2004:145).

Inovasi yang dilakukan oleh perbankan tentunya menyesuaikan dengan perkembangan kebutuhan masyarakat sekarang ini, terutama dari kesesuaian perkembangan teknologi informasi. Keberadaan teknologi informasi pada saat ini sudah tidak dapat dipisahkan peranannya, karena perusahaan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang memberikan kemudahan dalam kegiatan bisnis aplikasi teknologi akan memberikan nilai lebih bagi nasabah yang bersangkutan (Wibisono, 2007). Oleh karena itu, transaksi perbankan pun mulai menggunakan teknologi berbasis komputer untuk mempermudah transaksi dengan nasabah. yang tadinya melayani nasabah dengan harus bertemu/nasabah datang ke cabang-cabang bank yang disediakan oleh bank yang dia gunakan untuk menabung/investasi menjadi lebih mudah karena bank mulai menggunakan teknologi berbasis komputer sebagai unsur utama dalam proses inovasi produk dan jasa. Seperti halnya pelayanan *electronic transaction (e-banking)* melalui ATM, dan *Internet Banking* misalnya, merupakan bentuk-bentuk baru dari pelayanan bank yang mengubah pelayanan transaksi manual menjadi pelayanan transaksi yang berdasarkan teknologi (Habiebie, 1998: 14).

Pemenuhan kebutuhan nasabah akan kemudahan pelayanan transaksi tentunya akan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa

harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya (Tjiptono, 2001:98).

Kepuasan nasabah akan sangat bergantung pada kinerja penawaran dibanding dengan harapannya. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kinerja di bawah harapan nasabah, tentu akan menimbulkan rasa ketidakpuasan dari nasabah. Begitu pula sebaliknya jika kinerja sesuai dengan harapan maka tentunya akan memberikan rasa puas, senang maupun bahagia bagi nasabah.

Kepuasan pelanggan sendiri tidaklah muncul begitu saja. Ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa hal itu bisa muncul. Diantaranya yaitu kualitas produk (jasa) yang ditawarkan perusahaan. Semakin bagus kualitas produk, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Hal itu juga berlaku untuk konteks sebaliknya. Oleh karenanya, selalu perhatikan kualitas produk perusahaan bila ingin mendapatkan kepuasan nasabah (Sugiono, 2007:156).

Tak hanya produk, pelayanan juga menjadi faktor penting yang harus dipertimbangkan. Pelanggan akan merasa puas jika perusahaan melakukan pelayanan yang baik dan memuaskan. Bila

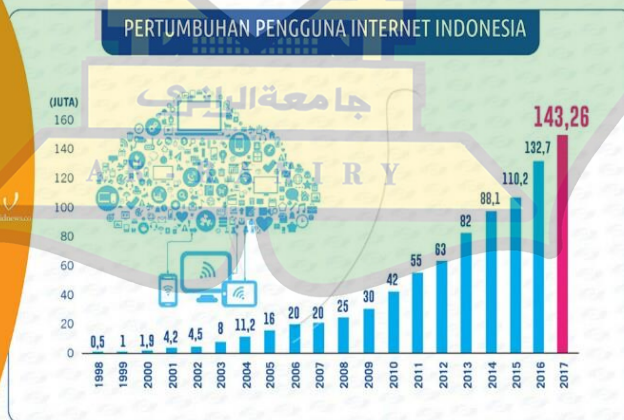
pelanggan mendapatkan kualitas layanan tersebut, bukan tak mungkin mereka akan kembali menggunakan produk dan layanan perusahaan. Pelanggan sangat ingin bila produk bisa didapatkan dengan cara yang mudah (Ifham, 2015:31).

Jadi, kepuasan merupakan faktor penting dalam keberlangsungan dari suatu lembaga. Dalam perbankan, nasabah dikatakan puas apabila mereka tidak meninggalkan perbankan tersebut dan akan terus menerus menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan secara berulang-ulang. Banyak manfaat timbal balik yang dapat diperoleh dari perbankan apabila para anggotanya (nasabah) merasa puas dengan seluruh layanan yang diberikan oleh perbankan. Salah satu dari berbagai manfaat tersebut yaitu secara tidak langsung nasabah tersebut membantu lembaga dalam mempromosikan lembaga perbankan yang bersangkutan (Arif, 2008:193).

Sesuai dengan pernyataan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), untuk mendorong penggunaan layanan perbankan dalam meningkatkan efisiensi pelayanan kepada masyarakat dan menyesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi. Salah satunya dengan penyediaan layanan digital diharapkan dapat memperluas serta mempermudah akses masyarakat terhadap layanan keuangan tanpa batasan waktu dan tempat. Dengan adanya layanan ini, pelayanan kepada nasabah dapat menjadi lebih cepat, mudah dan sesuai dengan kebutuhan, serta dapat dilakukan

sepenuhnya secara mandiri oleh nasabah dengan tetap memperhatikan aspek pengamanan (Antonius, 2014:45).

PT. BRI Syariah Cabang Banda Aceh merupakan salah satu perbankan yang menjalankan prinsip syariah dengan menyediakan berbagai layanan kemudahan bagi nasabah. Kemudahan akses layanan ini ditujukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah, salah satunya dengan memaksimalkan penggunaan sarana layanan perbankan melalui *internet banking*, *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine (ATM)*. Hal tersebut dilakukan oleh pihak BRI Syariah karena memanfaatkan perkembangan yang tinggi pada saat ini khususnya pada penggunaan internet yang digunakan oleh masyarakat luas. Perkembangan internet di Indonesia cukup mengesankan. Berikut adalah diagram statistik mengenai pertumbuhan internet di Indonesia yang bersumber dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)



Sumber APJII

Grafik 1.1

Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia

Jika dilihat data pengguna internet tahun-tahun sebelumnya, terjadi pertumbuhan yang terus meningkat. Kita ambil contoh, pada 2010 pengguna internet di Indonesia hanya 42 juta pengguna, dibandingkan pengguna 2017, maka terjadi kenaikan sebanyak 3x lipat dalam waktu 7 tahun. Pesatnya perkembangan teknologi tentunya mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Faktanya, internet sudah menjadi sesuatu yang umum bagi banyak orang sehingga pesatnya perkembangan teknologi memberikan pengaruh terhadap perekonomian agar suatu perusahaan tidak kalah dalam persaingan bisnis.

Dengan demikian, Pihak Bank BRI harus dapat meningkatkan kualitas layanannya terhadap teknologi internet. Mengingat perkembangan akan pemakai internet dan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah mengalami peningkatan. Layanan internet yang dapat dilakukan oleh perbankan seperti layanan dengan *internet banking*, *mobile banking*, kartu ATM,. Dalam hal ini, peneliti berfokus terhadap layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan ATM.

Internet banking adalah kegiatan perbankan 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

komputer, laptop, tablet, atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank. (shinhan, 2019).

Mobile banking merupakan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone, layanan mobile banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking (sinnan, 2019).

ATM merupakan sebuah singkatan dari *Automated Teller Machine* atau dalam bahasa Indonesia “Anjungan Tunai Mandiri”. ATM adalah: sebuah mesin transaksi yang telah menggunakan sistem komputerisasi untuk melayani dan membantu nasabah melakukan beberapa jenis transaksi. ATM ini menjadi salah satu produk unggulan perbankan yang diminati nasabah karena dengan ATM nasabah hanya datang ke tempat-tempat dan menarik uang secara langsung tanpa harus mengikuti prosedur dan antrian seperti penarikan di bank. Memberikan layanan kepada nasabah bank berupaya memberikan jasa-jasa, salah satu jasa bank yang paling banyak diminati yaitu ATM. ATM menguntungkan bagi masyarakat karena dapat menghemat waktu dan tempat bagi fungsi-fungsi perbankan rutin untuk memperoleh uang tunai dan melaksanakan penyeteroran. Bagi bank, ATM merupakan alat yang lebih efektif biaya untuk mengantarkan atau menyerahkan fungsi-

fungsi rutin dan membebaskan untuk menjual jasa-jasa dengan hasil yang lebih besar (Lipis, dkk, 1992: 9).

Kemudahan akses layanan perbankan ini tentunya memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa layanan perbankan syariah itu sendiri. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri dan Tricahyono (2014) menunjukkan variabel Internet banking dan SMS banking berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah pada BNI Syariah KCP Tulungagung. Begitupun hasil penelitian yang dilakukan oleh Tri yulianto (2015) menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasan nasabah. Kemudahan yang diberikan melalui layanan ATM menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah. Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan konsumen untuk melakukan penggunaan ulang jasa (Hidayat, 2009).

Setiap lembaga keuangan perbankan juga secara dominan menggunakan layanan *internet Banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine*, Begitupun BRI Syariah Cabang Banda Aceh, tentunya juga harus mengikuti trend perkembangan teknologi dunia perbankan. Secara umum, *Automatic Teller Machine* hampir digunakan oleh setiap nasabah BRI Syariah, namun, *internet Banking* dan *Mobile banking* masih kurang diminati oleh nasabah, karena banyak nasabah yang masih kurang familiar dengan layanan tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis mengambil judul **“Pengaruh Layanan *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan**

Automatic Teller Machine (Atm) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kota Banda Aceh

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh layanan *Internet Banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah bank Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh *Layanan Mobile banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah bank Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh?
3. Bagaimana pengaruh layanan ATM terhadap tingkat kepuasan nasabah bank BRI di kota Banda Aceh?
4. Bagaimana pengaruh layanan *Internet Banking, Mobile Banking, ATM*, terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada dasarnya setiap kegiatan yang dilakukan mempunyai tujuan tertentu. Berdasarkan Rumusan Masalah di atas maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan *internet banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh

2. Untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh
3. Untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan ATM terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh
4. Untuk menguji seberapa besar pengaruh layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia di kota Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian yang diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi akademisi

Memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca, sebagai salah satu referensi bagi kepentingan keilmuan dalam hal layanan teknologi internet khususnya *internet banking*, *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah.

2. Bagi pihak bank

Laporan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ketika akan menetapkan kebijakan dalam pemberian layanan kepada nasabah.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai sumber referensi dan bahan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam hal untuk melengkapi proposal ini, peneliti menganggap perlu menyusun sistematika penulisan yang meliputi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tinjauan pustaka yang memuat landasan teori, kerangka konseptual, serta penelitian terdahulu dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memuat uraian tentang desain penelitian: populasi, sampel, dan teknik sampling, pengukuran variabel, instrumen penelitian, sumber data: metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan pengolahan data dengan alat analisis yang diperlukan, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil analisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang didukung oleh bukti-bukti dari hasil analisis data, saran-saran yang diberikan dari hasil penelitian, dan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Kepuasan Konsumen

2.1.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan atau *satisfacation* berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik atau memadai dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Fandi Tjiptono, 2005:349). Khaerul umam juga berpendapat bahwa Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya (Umam, 2013:39).

Dalam kamus besar bahasa Indonesia kepuasan adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersikap kesenangan, kelegaan dan sebagiannya). Kepuasan dapat diartikan sebagai rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa.

Kepuasan juga merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Asmuji, 2012). Supranto (2011) juga mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan

harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Begitupun kepuasan menurut Philip Kotler yaitu tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Philip, 2000:36). Kepuasan nasabah merupakan hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa yang kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut (Rianto, 2010:192).

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi-dimensi keinginan nasabah diimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui: (Sodexo:2020)

- a. Dimensi produk (meliputi *care product*, *basic produc*, *expected product*, *augmented product*, dan *potential product*).
- b. Layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfir pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah).

- c. Layanan purna jual dan keluhan (meliputi *customer service*, petugas *call senter*)

Buchory dan Saladin, (2006:115-116) berpendapat bahwa kepuasan nasabah secara umum tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu:

1. Material, meliputi gedung yang megah; *lay out* ruangan yang tertata rapi; ruangan tunggu yang bersih dan nyaman; ruang toilet yang bersih; ruang mushola yang bersih dan nyaman; penampilan pegawai yang baik; mesin ATM yang selalu online dan rapi; sarana dan prasarana yang lengkap.
2. Immaterial, meliputi ramah, sopan, tanggap dan akrab; pelayanan yang hangat; merasa dihormati dan dihargai; merasa senang dan puas.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah tergantung dari persepsi yang dirasakan oleh setiap individu. Sehingga, kepuasan setiap individu baik nasabah satu dengan nasabah lain tidaklah sama. Namun, pada umumnya kepuasan konsumn atau nasabah dapat timbul dari produk yang berkualitas, harga yang tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas, serta kemudahan dalam mendapatkan produk.

Untuk dapat menciptakan kepuasan para pelanggan, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan pelanggan. Dikarenakan dengan terciptanya kepuasan nasabah, dapat meningkatkan hubungan kemitraan antara lembaga keuangan dengan nasabah

yang pada akhirnya bisa menciptakan loyalitas nasabah sehingga mampu meningkatkan reputasi lembaga keuangan syariah (Usmara, 2003:94).

2.1.2 Konsep Kepuasan Konsumen Dalam Islam.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004).

Konsep kepuasan menurut ekonomi konvensional berdasarkan pemikiran Philip Kotler (utility) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Sedangkan konsep kepuasan dalam ekonomi syariah, berdasarkan pemikiran Imam al Syatibi yang diistilahkan dengan masalah adalah sesuatu yang baik dan dapat diterima oleh akal yang sehat. Diterima akal sehat mengandung arti mewujudkan manfaat, kebaikan dan kesenangan untuk manusia yang disebut *jalb almanafi'* (membawa manfaat) dan menghindari umat manusia dari

kerusakan dan keburukan yang disebut *dar' u almafasid*. Menurut Imam al Syatibi istilah masalah maknanya lebih luas dari sekedar utility atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Masalah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini bukan hanya sekedar penilaian terhadap barang dan jasa secara materialis tetapi juga menilai sisi spiritual (Muttaqin, 2014:72).

Oleh karena itu, dalam ekonomi Islam konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan. Maka dapat disimpulkan bahwa konsep kepuasan konsumen dalam ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan dan kehalalan.

2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Menurut Irawan (2009) terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan

untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan membarikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan di bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk atau jasa sebuah perusahaan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self-esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya. Elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang

dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga suatu produk atau jasa, maka pelanggan atau konsumen memiliki nilai ekspektasi yang lebih tinggi.

5. Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Sementara menurut Zeithaml dan Bitner (2012), lima hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Product and Service Features*

Fitur dari produk dan jasa yang disampaikan kepada pelanggan menjadi aspek penting dalam menentukan persepsi atau penilaian pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan itu sendiri. Sederhananya, pelayanan adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas. Pelayanan mempunyai peranan penting dalam bisnis baik dari sisi pelanggan internal maupun pelanggan eksternal, karena sangat berpengaruh pada loyalitas pelanggan kepada organisasi/perusahaan. Demikian juga jika pelayanan ini dilakukan oleh pihak non komersil atau pemerintah. Guna untuk mengimplementasikan pola manajemen untuk

memfasilitasi kebersamaan, kerjasama, dan upaya-upaya lain yang biasa diwujudkan agar pegawai dapat bekerja sesuai dengan tujuan organisasi tersebut. Pelayanan yang diberikan kepada masyarakat diharapkan akan menimbulkan loyalitas dan kepatuhan dari masyarakat sehingga instansi yang bersangkutan dapat menarik manfaat untuk menyelesaikan misinya.

2. *Consumer Emotion*

Emosi yang dimaksud adalah suasana hati. Suasana hati pelanggan yang sedang gembira cenderung akan berpengaruh terhadap respon atau persepsi yang positif terhadap produk atau jasa yang diberikan, sebaliknya suasana hati atau emosi pelanggan yang buruk, maka emosi tersebut akan membawa respon atau persepsi yang negatif terhadap produk atau jasa yang diberikan.

3. *Attribution for Service Successor Failure*

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat menjadi lebih buruk atau lebih baik dari yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka dapat dikatakan pelayanan tersebut adalah pelayanan yang sukses, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa proses pelayanan tersebut mengalami kegagalan. Dalam kesuksesan dan kegagalan penyampaian proses pelayanan tersebut,

pelanggan akan mencari tahu penyebab dari kesuksesan atau kegagalan penyampaian pelayanan. Kegiatan pelanggan dalam mencari tahu penyebab suatu kesuksesan dan/atau kegagalan inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa.

4. *Perception of Equity and Fairness*

Pelanggan yang membeli suatu produk atau jasa akan cenderung bertanya pada diri mereka sendiri: “Apakah saya telah dilayani secara adil dibandingkan dengan pelanggan yang lain? Apakah pelanggan lain mendapatkan harga yang lebih murah, atau pelayanan yang lebih baik? Apakah saya membayar harga yang layak untuk sebuah produk atau layanan jasa yang saya dapatkan?” Pemikiran pelanggan mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi pelanggan dalam tingkat kepuasannya terhadap suatu produk atau jasa.

2.1.4 Teknik Pengukuran Kepuasan

Menurut pendapat dari Kotler, (2010:240) pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

1) Sistem keluhan dan usulan

Artinya seberapa banyak keluhan atau *complain* yang dilakukan nasabah dalam suatu periode.

2) Survei kepuasan konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala perlu melakukan survei, baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini.

3) Konsumen samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

4) Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.

Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan (Tjipton, 1997:35-36) Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

- a) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkakan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Bank BRI pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas”
- b) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).

- c) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (problem analysis).
- d) Responden dapat diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (importance/performance ratings).

Sementara itu (Tjiptono, 1997:29) untuk mengevaluasi jasa yang bersifat *intangibile*, konsumen/nasabah umumnya menggunakan beberapa atribut sebagai berikut:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reability*), yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.
5. Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kepuasan seorang nasabah sangat berperan penting terhadap kelangsungan produk-produk yang diciptakan oleh perusahaan. Hal ini menuntut perusahaan untuk lebih pintar dalam memberikan pelayanan yang berkualitas yang diinginkan oleh nasabah itu sendiri. Keinginan nasabah bank merupakan kebutuhan yang dibentuk oleh kultur dan kepribadian individu. Keinginan nasabah bank adalah sebagai berikut:

1. Ingin memperoleh pelayanan yang cepat.
2. Ingin agar bank dapat menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.
3. Ingin memperoleh komitmen bank.
4. Ingin memperoleh pelayanan yang bermutu (cepat dan memuaskan).
5. Ingin memperoleh kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan.
6. Ingin dihargai dan dihormati oleh seluruh karyawan bank.
7. Ingin memperoleh perhatian oleh seluruh karyawan bank.
8. Ingin memperoleh status/prestise.

2.2 Internet Banking

Internet banking merupakan bagian dari program elektronik *banking* dimana kegiatannya memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi. Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektifitas, serta produktifitas bagi pengguna. Secara umum, dalam penyediaan layanan *internet*

banking, bank memberikan informasi mengenai produk dan jasanya via portal di internet yang memberikan akses kepada nasabah untuk bertransaksi dan meng-update data pribadinya secara mandiri (Rindjin, 2000:13.)

Fitur layanan *internet banking* yang dapat dilakukan, antara lain:

- a) Info rekening (Informasi saldo dan Mutasi rekening), b) Transfer dana (transfer dana antar rekening bank BRI, transfer dana antar bank anggota ATM Bersama, transfer dana antar bank anggota ATM Prima, SKN, RTGS (Real-Time Gross Settlement atau Kliring), serta daftar transfer terjadwal & berulang), c) Pembayaran (pembayaran tagihan telkom group (Telkom, TelkomVision, Speedy, Flexi), tagihan PLN, tagihan PAM & PDAM, tagihan ponsel/postpaid, d) Pembayaran Asuransi (Asuransi takaful dan Asuransi sinarmas), e) Entertainment (indovisoin/okevion/T, nexmedia, topas TV), f) pembayaran tiket garuda, g) Zakat infaq, dan sedakah (Virtual Account BRI dan daftar pembayaran jadwal dan berulang) isi ulang pulsa atau prepaid (bank rakyat indonesia, 2019:11).

Internet banking merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya kualitas layanan *internet banking* akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Chusna, 2014:11). Hal ini didukung dengan teori Ahmad Iham (2015:31) yang menyatakan bahwa internet banking memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, seperti:

- a. Mudah dalam penggunaannya
- b. Responnya *real time*, transaksi tercatat secara *real time*

- c. Keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan *user id*, *password*, dan *dynamic password*
- d. Fleksibilitas tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara remote.

2.3 Mobile Banking

Menurut Riswandi, Agus (2005: 83) *mobile banking* merupakan suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada handphone. Melalui adanya handphone dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, selain menghemat waktu *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media handphone yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau berinteraksi.

Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini

semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bank beramai-ramai menyediakan fasilitas *mobile banking* demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

May Fanny Eka Putri dan Dodic Tricahyono (2014) dari hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan elektronik secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna *mobile banking*. Peningkatan kualitas layanan *mobile banking* tentunya akan mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa layanan perbankan syariah itu sendiri.

2.4 *Automatic Teller Machine (ATM)*

Kartu ATM adalah APMK yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana (Hendro, 2014:4). *Automatic Teller Machine (ATM)* juga dikenal sebagai Anjungan Tunai Mandiri, yaitu sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang teller atau kasir (Vyctoria, 2013:7).

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah mesin *Automatic Teller Machine (ATM)*. ATM merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat. Pengertian ATM ini sudah

diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia yang artinya Anjunga Tunai Mandiri.

Menurut Satria Hendra Sahputra (2015:31) penggunaan ATM dapat memberikan kepuasan kepada nasabah perbankan dalam hal pelayanan, jaminan kepastian, pemahaman kebutuhan dan kondisi. Hal ini juga didukung dengan beberapa layanan dan manfaat yang diberikan dari penggunaan ATM. Kasmir, (2015:207) berpendapat bahwa Pelayanan yang diberikan ATM antara lain:

- a. Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai diberbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarikan tergantung dari limit yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan.
- b. Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan bilyet giro (BG).
- c. Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau mengecek saldo rekening nasabah.
- d. Dapat digunakan sebagai tempat untuk pembayaran listrik, telepon, dan pembayaran lainnya. kasi konglomerta yaitu perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (korporat).

2.5 Kajian Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan proposal ini penulis telah melakukan penelaah terhadap karya-karya tulis berhubungan dengan

penelitian yang ingin penulis lakukan. Hal ini penulis lakukan agar tidak terjadi pengulangan penulisan karya ilmiah yang sama. Setelah penulis melakukan tinjauan pustaka, ternyata di temukan beberapa karya ilmiah yang sebelumnya membahas mengenai pengaruh perubahan kinerja lembaga keuangan diantaranya adalah karya ilmiah berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nurhayati dan Sunarjo (2016) Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking secara Keseluruhan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Metode analisis yang di gunakan dalam Penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linier berganda	Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>online</i> , kualitas sistem informasi <i>online</i> , kualitas produk pelayanan bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2.	Kustiyah dan Wahyuningsih, (2016) Pengaruh Pelayanan e banking Terhadap Kepuasan Nasabah	Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, dan uji F, uji t, uji R2 dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh layanan e banking yang meliputi <i>tangibles</i> , <i>reliability</i> , <i>responsive</i> , <i>assurance</i> , <i>emphaty</i> terhadap

	dalam Transaksi Bank Pada Bank Negara Indonesia Slamet Riyadi Solo	analisis GAP, serta menggunakan Variabel <i>reliability</i> .	kepuasan transaksi nasabah secara simultan, (2)
3.	Setyawan, (2015) Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Pandanaran Semarang	Jenis penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda.	Menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memberikan pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas produk memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah
4.	yulianto (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Surakarta	Metode analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R ²)	Berdasarkan hasil analisis data diketahui kualitas pelayanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil analisis uji F diperoleh hasil f hitung sebesar 26,396 yang lebih besar dari f tabel sebesar 4,00

5.	Putri dan Tricahyono (2014) “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E Servqual) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus Pada BRI Unit Jatiwaringin Cabang Kramat Jati Jakarta Timur Tahun 2014)	Metode analisis yang di gunakan dalam Penelitian ini yaitu Deskriptif kualitatif dan analisis regresi linier berganda	menunjukkan bahwa layanan BRI <i>mobile</i> memiliki kualitas yang baik dari layanan elektronik dengan persentase nilai rata-rata keseluruhan adalah 74.1% berada dalam kategori baik
----	--	---	---

Sumber data hasil olah 2020

Adapun kedudukan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian bermaksud aksud untuk melanjutkan penelitian yang dilakukan ole ANAR sabiyatunnadhif 2016. Adapun kedudukan perbedaannya adalh dimana penelitin terdahulu menggunakan teknik sampling terdiri dari dua macam, probability sampling dan nonprobability sampling. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota populasi. Sedangkan nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan

sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan peneliti kali ini adalah tergantung pada jumlah indikator x kelipatan 5. Adapun persamaan secara umum keduanya yaitu sama-sama menggunakan variabel yang sama.

2.6 Pengaruh Antar Variabel

2.6.1 Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Internet banking merupakan fasilitas layanan yang diberikan bank kepada nasabah melalui via internet dengan menggunakan komputer/PC atau PDA. Dengan demikian *internet banking* ini mempermudah nasabah dalam setiap transaksi yang akan dilakukan serta layanan ini dapat mengurangi waktu dan biaya dibandingkan nasabah harus datang ke bank. *Internet banking* ini dimaksudkan agar nasabah dapat merasakan puas dengan layanan yang diberikan seperti fitur layanan yang bervariasi seperti layaknya nasabah mendapatkan pelayanan di bank. Dengan adanya hal tersebut, nasabah merasa puas dalam memanfaatkan *internet banking* dengan kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi (Ifham 2015: 1). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muammar Setyawan, (2015) membuktikan adanya pengaruh internet banking terhadap kepuasan konsumen.

2.6.2 Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Mobile banking merupakan fasilitas layanan bank yang dilakukan via SMS. Fitur layanan yang bervariasi dan juga kemudahan dalam pengoperasiannya diharapkan nasabah akan merasa puas dengan memanfaatkan layanan *mobile banking* ini (Roger 2013:173). Hasil penelitian yang dilakukan oleh

Tricahyono (2014) membuktikan adanya pengaruh internet banking terhadap kepuasan konsumen.

2.6.3 Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah

ATM merupakan saluran *e-banking* yang paling populer di kalangan masyarakat. Dengan perkembangan fitur layanan pada ATM saat ini diharapkan nasabah merasakan puas ketika melakukan transaksi. Melihat dulunya ATM hanya dapat digunakan untuk mengetahui informasi saldo dan penarikan uang tunai, sekarang fungsi ATM semakin bertambah tentunya dengan variasi fitur seperti layaknya bertransaksi di bank (Ismail, 2011 : 172). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tri yulianto (2015) membuktikan adanya pengaruh internet banking terhadap kepuasan konsumen.

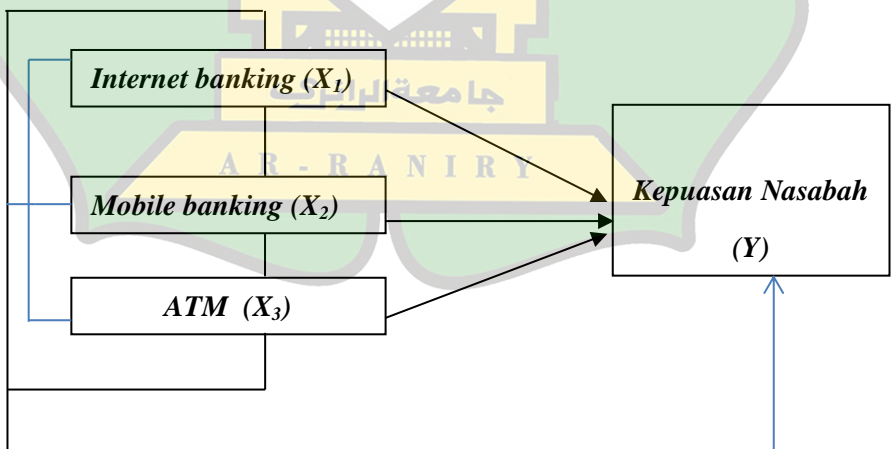
2.6.4 Pengaruh *Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap Kepuasan Nasabah

Fitur layanan *Internet Banking* yang bervariasi merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah tersebut. Variasi fitur yang banyak nasabah akan lebih dipermudahkan dengan layanan *Internet banking* ini, karena nasabah tidak perlu membuang banyak waktunya untuk antre di teller. *Mobile Banking* juga dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. sama halnya dengan *Internet Banking*, dimana fitur layanan *Mobile Banking* juga bervariasi dan oleh sebab itu akan memicu kepuasan nasabah. *Automatic Teller Machine* (ATM) akan mempengaruhi kepuasan

nasabah. Perkembangan fitur layanan yang semakin bervariasi dan mesin ATM saat ini sudah banyak ditemukan dimana-mana, maka nasabah akan termudahkan dengan layanan tersebut dan akan merasakan puas (bitstream 2020).

2.7 Kerangka Berfikir

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh antara variabel independen (*Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM*) dengan variabel dependen (Kepuasan Nasabah) disini dapat dilihat bahwa variabel (X_1) *internet banking*, (X_2) *mobile banking*, dan (X_3) *automatic teller machine (ATM)* memiliki keterkaitan secara parsial dengan variabel (Y) kepuasan nasabah, serta variabel (X_4) *internet banking*, *mobile banking*, dan *automatic teller machine/ATM* memiliki keterkaitan dengan variabel (Y) kepuasan nasabah. maka kerangka berfikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber data hasil olah (2020)

Gambar 2.1: Kerangka Berfikir

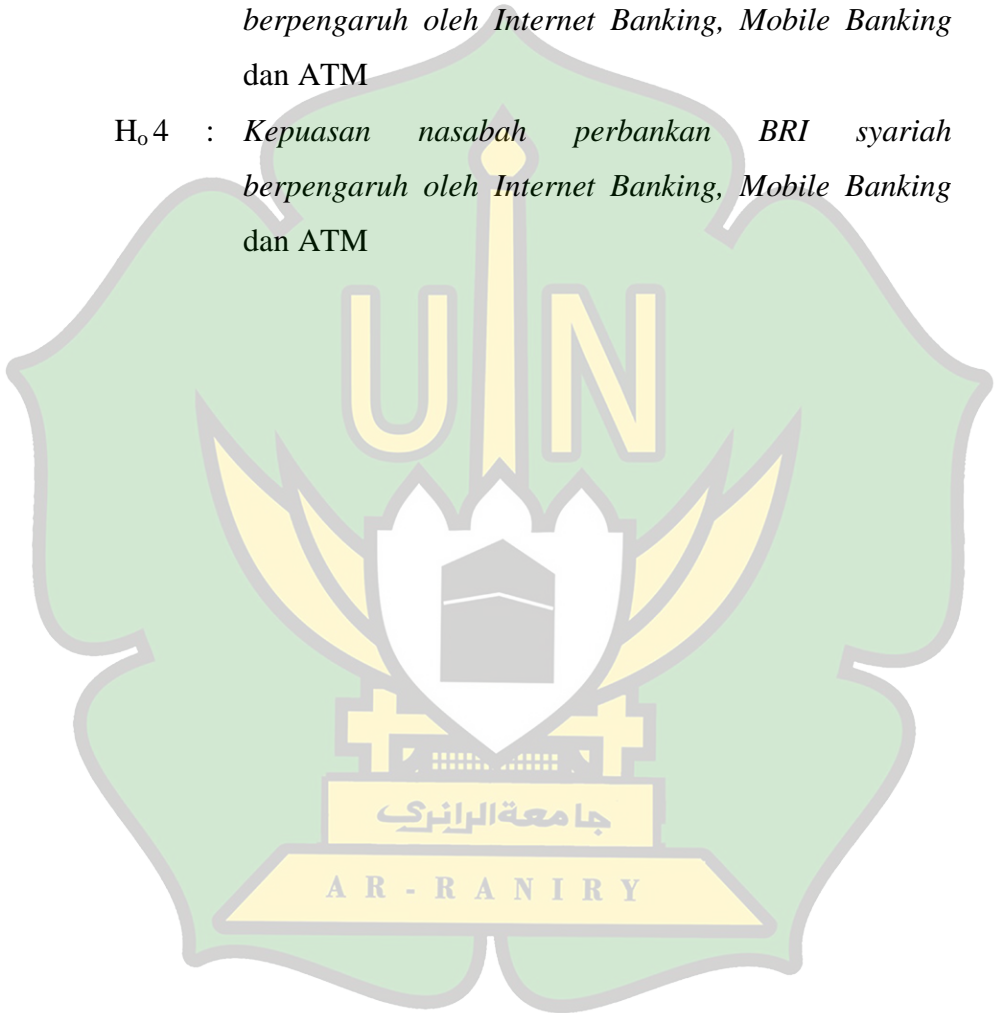
Dalam penelitian ini peneliti akan melihat pengaruh layanan *internet Banking* terhadap tingkat kepuasan, peneliti juga akan melihat pengaruh layanan *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan, serta peneliti juga akan melihat pula pengaruh layanan ATM terhadap tingkat kepuasan pada Bank BRI.

2.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang nantinya akan di uji dan dibuktikan kebenarannya melalui analisis data (Bugin, 2016:75) Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berfikir, maka hipotesis yang di rumuskan adalah Layanan *Internet Banking*, *Mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine(ATM)* apakah berpengaruh terhadap positif terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan pada bank BRI. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H_a1 : Kepuasan nasabah perbankan BRI syariah tidak berpengaruh oleh *internet banking*
- H_o1 : Kepuasan nasabah perbankan BRI Syariah berpengaruh oleh *internet banking*
- H_a2 : Kepuasan nasabah perbankan BRI syariah tidak berpengaruh oleh *Mobile banking*
- H_o2 : Kepuasan nasabah perbankan BRI syariah berpengaruh oleh *Mobile banking*
- H_a3 : Kepuasan nasabah perbankan BRI syariah tidak berpengaruh oleh *ATM*

- H₀3 : Kepuasan nasabah perbankan BRI syariah berpengaruh oleh ATM
- H_a4 : *Kepuasan nasabah perbankan BRI syariah tidak berpengaruh oleh Internet Banking, Mobile Banking dan ATM*
- H₀4 : *Kepuasan nasabah perbankan BRI syariah berpengaruh oleh Internet Banking, Mobile Banking dan ATM*



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Noor, 2011: 38). Variabel-variabel tersebut dapat diukur dengan instrument tertentu sehingga data yang berupa angka-angka dapat dianalisis sesuai dengan prosedur statistik.

3.1.1 Pendekatan Penelitian

penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan, penelitian akan menemukan secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Metode ini bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah praktis dalam masyarakat (Mardalis, 2004: 28). Penulis mengumpulkan data dan informasi langsung dari nasabah dan BRI Syariah kota Banda Aceh

3.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi bisa diartikan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau

obyek itu. (Sugiyono 2011). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa. Mahasiswa, Karyawan dan juga masyarakat yang memiliki tabungan di Bank BRI Cabang Banda Aceh.

Sampel adalah suatu bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian (Suharyadi dan Purwanto, 2004: 323). Sampel dalam penelitian adalah mahasiswa, mahasiswa. Mahasiswa, Karyawan dan juga masyarakat yang berumur (18+) dan memiliki tabungan di Bank BRI cabang banda aceh yang mempunyai karakteristik yang sesuai dengan yang di butuhkan dalam penelitian dan dapat dijadikan responder. Penentuan jumlah sampel, yang *representative*. Menurut Hair *et al.* (1995 dalam Kiswati 2010) adalah tergantung pada jumlah indikator x kelipatan 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 16 \times 5 \\ &= 80 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 80 sampel responden. Ada penelitian tahap pertama untuk menguji validitas dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian, dengan menyebarkan 30 kuesioner.

3.3 Jenis Dan sumber Data

Pada penelitian ini menggunakan data primer, data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama, baik individu maupun perseorangan (Umar.2005). Adapun sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada

pengumpulan data (Indrawan dan Yaniawati, 2014:141). Data primer dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada nasabah Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh.

3.4 Teknik Perolehan Data

Teknik perolehan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik perolehan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan Kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2011: 139)

Angket atau kuesioner penelitian ini diukur menggunakan skala likert adalah teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pertanyaan (Noor, 2011: 128). Dalam penelitian ini peneliti menyediakan alternatif jawaban untuk variabel *reliability* (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangible*) mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan skor 1 sampai 5.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan aturan-aturan pemberian angka untuk berbagai objek, sehingga angka tersebut mewakili kualitas yang dibutuhkan oleh peneliti. Pada penelitian ini menggunakan

teknik kuesioner, dengan menggunakan skala ordinal. Skala ordinal merupakan pengukuran data dengan skala ranking, dimana indentitas yang diberikan untuk membuat urutan tertentu pada data. Maka skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini agar dapat mengetahui kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan ATM adalah skala likert.

Menurut Sugiyono (2011:93) mengatakan bahwa skala likert adalah digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Akhirnya sub indikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pernyataan atau pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Skala Penilaian Likert No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (ST)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, (2011)

3.6 Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik

kesimpulannya (Deni Darmawan, 109) Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yakni variabel independen (bebas) dan variable dependen (terikat).

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab atau berubah/mempengaruhi suatu variabel lain. Sedangkan variable dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (SyofianSiregar, 2014:110). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Internet Banking (X1)*, *Mobile Banking (X2)*, dan *Automatic Teller Machine/ATM (X3)*. Sedangkan yang menjadi variable dependen adalah kepuasan nasabah (Y).

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

NO	Variabel	Devinisi	Indikator	Sumber
1	<i>Internet Banking (X1)</i>	bagian dari program elektronik banking dimana kegiatannya memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi.	a. Efisiensi Transaksi b. Keamanan Pelayanan c. Kemudahan Pengguna	Nochai, 2013:102
			a. Tidak terbatas ruang dan waktu b. Dukungan Teknologi yang terus berkembang c. Cepat mudah dan murah	
2	<i>Mobile Banking (X2)</i>	suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan	a. Mudah dalam mendapatkan konektifitas b. istruksi diberikan secara mudah dan rinci	<i>Bina muli a palu</i> 2017

		pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui <i>smartphone</i>	<ul style="list-style-type: none"> c. memiliki kemampuan dalam transaksi yang banyak d. mampu mengakomodir kebutuhan nasabah e. mengurangi biaya dari tele-banking dan lebih ekonomis 	
3	<i>Automatic Teller Machine/ ATM (X3)</i>	APMK yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai atau pemindahan dana	<ul style="list-style-type: none"> a. Praktis dalam pelayanan b. Efisien dalam pelayanan c. Pengoperasian mesin relatif mudah d. Memungkinkan mengambil uang lebih dari 1 kali dalam sehari 	<i>Bina mulia palu. 2017</i>
4	Kepuasan nasabah (Y)	Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya	<ul style="list-style-type: none"> a. Puas dengan ketersediaan fasilitas b. Puas terhadap <i>internet banking</i> c. Puas terhadap <i>Mobile banking</i> d. Puas terhadap ATM e. Puas dengan Pelayanan bank BRI f. Puas terhadap efisiensi waktu 	<i>Bina mulia palu. 2017</i>

Sumber: Sugiyono, (2011)

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen pada penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, sebelum kuesioner digunakan sebaiknya terlebih dahulu harus diuji kualitasnya. Pengujian ini dilakukan untuk meyakinkan kuesioner yang akan disusun sebaik mungkin, dengan menggambarkan keadaan sebenarnya. Untuk melakukan pengujian ini terdapat dua alat pengujian yaitu:

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan variabel. Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Item pernyataan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standar yaitu 0,3 (Agus Eko Sujianto, 2009: 96).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk responden yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, namun sebaiknya uji reliabilitas sebaliknya dilakukan pada masing-masing variabel pada lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel.

Untuk mengetahui criteria reliabilitas ada 5 kelompok kelas dengan ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliable
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliable
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliable
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliable
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00 , berarti sangat reliabel

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi yang dihasilkan merupakan model yang regresi yang tidak lebih dari satu. Adapun uji asumsi klasik ini meliputi:

3.8.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data kontinyu berdistribusi normal sehingga analisis validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, dan regresi dapat dilaksanakan. Jika data berdistribusi normal maka digunakan uji statistik parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal maka digunakan uji statistik non parametrik (Siregar, 2012:153).

Dalam penelitian uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Pengambilan keputusannya digunakan pedoman jika nilai Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal. Selain itu untuk menguji suatu data distribusi

normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot, pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- a) Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak memenuhi uji asumsi normalitas (Imam Ghazali, 2005:110)

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2007:91). Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variable independen terhadap variabel dependen. Jik VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas (V. Wiratna Sujarweni, 2014:185).

3.9 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut sarwoko (2005:45) bahwa analisis regresi ganda adalah alat ukur yang dapat meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Agar dapat membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas X_1, X_2, \dots, X_i terhadap suatu variabel terikat Y persamaan regresi ganda dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

A = konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = Internet Banking

X_2 = Mobile Banking

X3 = Automatic Teller Machine/ATM

E = error term (variabel pengganggu) atau residual

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis ini harus dibuktikan melalui data yang terkumpul (Sugiyono,159). Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variable independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

3.10.1 Uji secara parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan masing-masing variable independen secara individual terhadap variable dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variable independen secara individual terhadap variable dependen dapat digunakan tingkat signifikansi $= 5\% = 0.05$. Asumsinya jika probabilitas t lebih besar dari 5% maka tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Begitu juga sebaliknya (*Ibid*, hal.149)

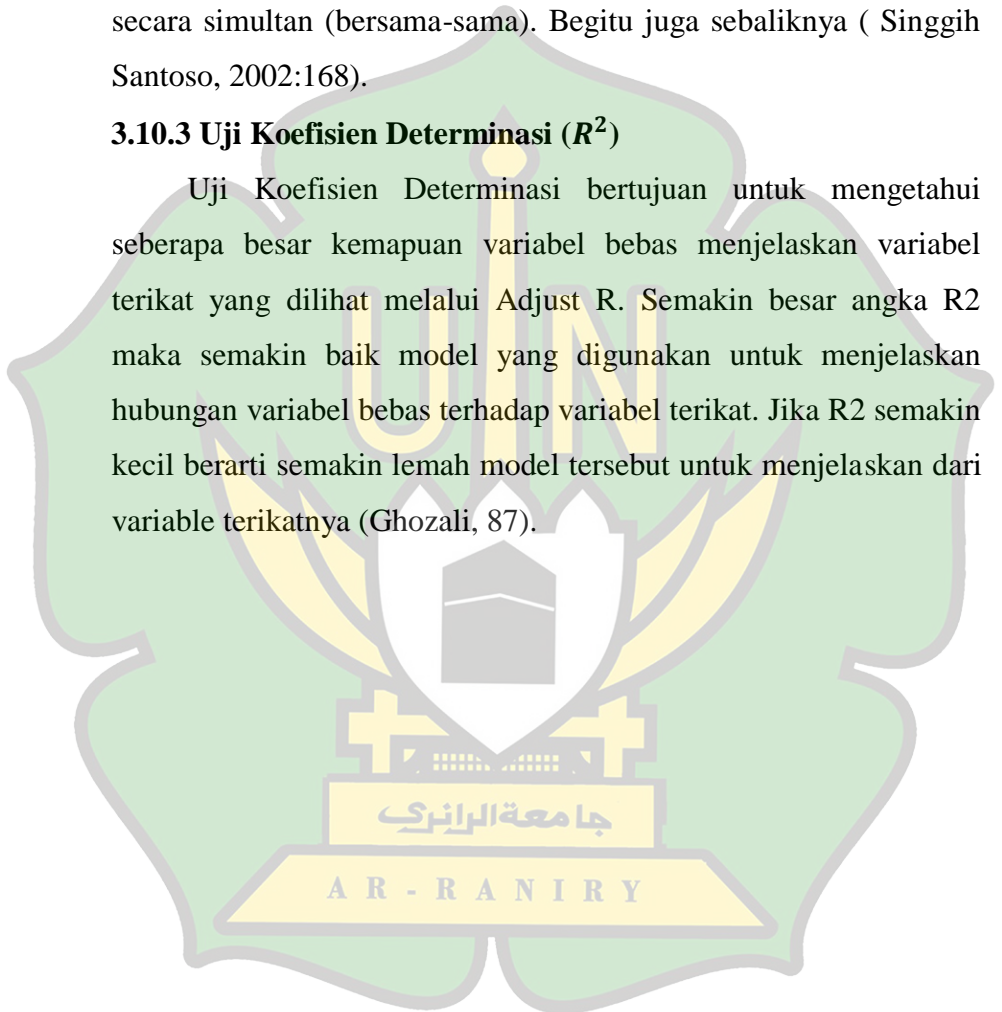
3.10.2 Uji secara bersama-sama (uji F)

Uji F dilakukan untuk membuktikan apakah variabel-variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Jika nilai α

yang digunakan lebih kecil $5\% = 0,05$ maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variable bebas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variable terikat secara simultan (bersama-sama). Begitu juga sebaliknya (Singgih Santoso, 2002:168).

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui Adjust R. Semakin besar angka R^2 maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin kecil berarti semakin lemah model tersebut untuk menjelaskan dari variable terikatnya (Ghozali, 87).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank BRI Syariah

4.1.1 Sejarah Singkat Bank BRI Syariah

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. terhadap Bank Jasa Arta pada tanggal 19 Desember 2007 dan berdasarkan izin Bank Indonesia tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi.

Posisi PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh ketika pada tanggal 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan (spin off) Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia dari PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Dan kemudian melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah berlaku efektif tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan akta dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah. Saham PT. Bank BRI Syariah dimiliki oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. (bri syariah, 2020)

Mencanangkan visi untuk menjadi bank ritel modern, PT. Bank BRI Syariah melakukan berbagai strategi pengembangan dan penjualan produk-produk inovatif sesuai kebutuhan nasabah.

Kantor cabang yang representatif dibuka diberbagai kota besar dan strategis diseluruh Indonesia demi memberikan layanan yang mudah dijangkau nasabah. Logo PT Bank BRI Syariah dengan pendarcahya benar-benar menjadi acuan perusahaan dalam mengembangkan usahanya sehingga PT. Bank BRI Syariah menjadi bank yang dituju karena dapat memenuhi berbagai kebutuhan nasabah.

Sejak tahun 2010 PT. Bank BRI Syariah berhasil mendudukan diri sebagai bank syariah ketiga terbesar dari sisi aset di Indonesia. Karim Consulting Indonesia memberikan penghargaan *Islamic Finance Award* kepada PT. Bank BRI Syariah sebagai *The 3rd Rank The Most Expansive Islamic Bank*. Dalam tahun 2012, Museum Rekor Dunia-Indonesia memberikan 2 penghargaan yaitu sebagai Bank Syariah pertama yang memiliki Layanan *Mobile Banking* di 4 Toko Online dan sebagai Philantrophy Pertama di Indonesia yang menggunakan ATM dalam penyaluran kepada binaan. Penghargaan lain diberikan oleh Majalah SWA yaitu penghargaan *Indonesia Original Brands 2012* untuk kategori produk bank syariah dan *Inventure Award 2013* sebagai *The Indonesia Middle Class Brand Champion 2013* untuk kategori Tabungan Haji. berbagai penghargaan diperhitungkan dalam kancah perbankan nasional syariah.

PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh merupakan Kantor Cabang yang ke-12 didirikan di Indonesia. Kantor cabang Bank BRI Syariah resmi pada tanggal 1 April 2004

yang beralamat di Komplek Pertokoan Pante Pirak Jalan H. Dimurtala No. 6-7 Banda Aceh. Namun setelah terjadinya gempa dan gelombang tsunami pada Desember 2004, kantor cabang BRI Syariah pindah ke Jalan Sultan Alaidin Mahmudsyah No. 4-5 Kota Banda Aceh dan sekarang Bank BRI Syariah beralamat di Jalan Daud Beureueh No. 72-74 Lampriet Kota Banda Aceh. PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh memiliki 2 kantor cabang pembantu yaitu Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Lhokseumawe dan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Meulaboh.

4.1.2 Visi dan Misi Bank BRI Syariah

I. Visi :

“Bank BRI Syariah”

1. Nasabah

Bank BRI Syariah merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan

2. Pegawai

Bank BRI Syariah merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir professional.

3. Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

II. Misi

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Menyediakan aktif ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan di mana pun.
4. Memungkinkan individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

4.2 Karakteristik Responden

Responden dari penelitian ini adalah 80 nasabah Bank BRI Syariah yang menggunakan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh. Gambaran umum profil responden disajikan dalam beberapa tabel berikut.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden yang menggunakan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Data Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin			
		Frequency	Percent
Valid	Laki-laki	24	30.0
	Perempuan	56	70.0
	Total	80	100.0

Sumber: analisis data kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa kuesioner pada penelitian ini melibatkan sejumlah responden (nasabah) laki-laki sebanyak 24 orang atau 30,0% dan selebihnya adalah perempuan sebanyak 56 orang atau 70,0%. Pada uraian tersebut dapat dijelaskan bahwa nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh didominasi oleh nasabah perempuan yang berjumlah 56 nasabah.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden yang menggunakan *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Data Pekerjaan Responden

		Pekerjaan	
		Frequency	Percent
Valid	Mahasiswa	37	46.3
	PNS	11	13.8
	Honorar	10	12.5
	tunakarya	18	22.5
	Lainnya	4	5.0
	Total	80	100.0

Sumber: Hasil Analisis Data Responden 2020

Pada Tabel 4.2 di atas dapat dilihat rinciannya adalah responden yang berkerja sebagai mahasiswa sebanyak 37 nasabah (46,3%), responden yang berkerja sebagai Pegawai Negri Sipil sebanyak 11 nasabah (13,8%), Responden yang berkerja sebagai honorer sebanyak 10 nasabah (12,5%), Responden yang berkerja

sebagai tunakarya sebanyak 18 nasabah (22,5%) dan Responden yang berkerja sebagai lain-lain sebanyak 4 nasabah (5,0%). Kesimpulannya responden lebih dominan memakai jasa layanan Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh adalah berkerja sebagai mahasiswa sebanyak 37 nasabah (46,3%).

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden yang menggunakan *Internet Banking, Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Data Usia Responden

Usia(Thn)		Frequency	Percent
Valid	17-26 tahun	40	50.0
	26-36 tahun	25	31.3
	>36 tahun	15	18.8
	Total	80	100.0

Sumber: Analisis Data Kuesioner 2020

Pada Tabel 4.3 diketahui dari 80 responden pada Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh yang berumur 17-26 tahun lebih dominan. Dengan rinciannya adalah: responden dengan rentang umur 17-26 tahun sebanyak 40 nasabah (50,0%), responden dengan rentang umur 26-36 tahun sebanyak 25 nasabah (31,3%) dan responden dengan rentang umur >36 tahun sebanyak 15 nasabah (18,8%).

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

Adapun data mengenai lamanya responden menjadi nasabah Bank BRI Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Berdasarkan Lamanya Responden Menjadi Nasabah

lama_jadi_nasaah			
		Frequency	Percent
Valid	>1tahun	38	47.5
	1-3tahun	17	21.3
	3-6tahun	12	15.0
	>6tahun	13	16.3
	Total	80	100.0

Sumber: Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, bahwa responden yang menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh didominasi oleh >1 tahun lamanya sebanyak 38 nasabah atau (47,5%). 1-3 tahun sebanyak 17 nasabah atau (21,3%), 3-6 tahun sebanyak 12 nasabah atau (15,0%) dan >6 tahun sebanyak 13 nasabah atau 16,3%. Dapat disimpulkan bahwa dari presentase tersebut.

4.3 Analisis Frekuensi Persepsi Responden

Jawaban seluruh responden yang berjumlah 80 orang dianalisis untuk melihat jumlah (frekuensi) atas jawaban yang diberikan. Dari 44 pertanyaan yang diajukan menghasilkan skor rata-rata (mean) untuk masing-masing variabel dan dapat diinterpretasikan berdasarkan panjang kelas sebagaimana

dikemukakan Sudjana (2005:47). Interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden dapat dilihat dalam Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden

No	Nilai	Keterangan
1	1,00-1,63	Sangat tidak puas
2	1,73-3,36	Kurang puas
3	3,46-4,09	Cukup puas
4	4,19-4,83	Puas
5	4,93-5,56	Sangat puas

Sumber: Sugiyono, (2011)

4.3.1 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Penggunaan Layanan *Internet Banking*, Indikator *Internet Banking* (X1)

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak puas (dengan skor 1) sampai dengan sangat puas (dengan skor 5). Puas tidaknya jawaban responden terhadap item pernyataan tentang kepuasan pelayanan *Internet Banking* dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden yang disajikan pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Persepsi Responden Terhadap Penggunaan Layanan *Internet Banking*

NO	Internet Banking	Tanggapan					Rata-rata
		SM	M	CM	TM	STM	
1	Pelayanan Internet Banking cepat dan akurat	35	36	8	1	-	4,31

2	Transaksi dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam dan tersedianya jaringan	30	45	4	1	-	4,3
3	internet banking memberikan beragam transaksi yang dibutuhkan nasabah	26	41	8	5	-	4,1
4	Layanan internet banking menyediakan nomor contact layanan yang mudah dihubungi	29	37	12	2	-	4,16
5	kesalahan kekeliruan melalui Internet Banking maka pihak bank yang bersangkutan cepat dalam merespon	20	45	11	4	-	4,01
6	Internet banking BRIS memberikan konfirmasi layanan atas keberhasilan atau kegagalan dalam menjalankan transaksi	27	42	7	4	-	4,15
7	Internet banking menyediakan tutorial layanan penggunaan internet banking	32	34	8	6	-	4,15
8	Dengan menggunakan <i>internet banking</i> transaksi perbankan yang saya lakukan lebih cepat tanpa harus mengantri di teller	18	44	8	10	-	3,875
9	Fitur-fitur yang disediakan pada aplikasi mobile banking sesuai dengan kebutuhan nasabah	29	39	7	5	-	4,15
10	Pihak Bank menjamin kerahasiaan transaksi yang anda lakukan melalui internet banking	32	39	9		-	4,28
11	Bukti yang diterima jelas dan akurat	29	37	7	7	-	4,1

Total	307	439	89	45	-	
Rata-rata keseluruhan						4,14

Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata terbesar didapatkan dari pertanyaan tentang mudahnya menggunakan *internet banking* yang dengan rata-rata sebesar 4,31. Sementara itu, rata-rata terkecil sebesar 3,875 yang didapatkan dari pernyataan pelayanan internet banking lebih cepat karena tidak harus melakukan antrian di teller. Namun keseluruhan rata-rata responden berada pada skor 4,14 yang artinya rata-rata responden memberi tanggapan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan pada variabel penelitian *internet banking*.

4.3.2 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking*, Indikator *Mobile Banking* (X₂)

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak puas (dengan skor 1) sampai dengan sangat puas (dengan skor 5). Puas tidaknya jawaban responden terhadap item pernyataan pelayanan *Mobile Banking* dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Persepsi Responden Terhadap Penggunaan Layanan *Mobile Banking*

NO	Mobile Banking	Tanggapan					Rata-rata
		SM	M	CM	TM	STM	
1	Transaksi melalui Mobile Banking mudah dan tidak berbelit-belit	33	40	5	2	-	4,3

2	Transaksi dengan mobile banking BRIS	23	46	11	-	-	4,15
3	Setiap transaksi melalui Mobile Banking akan selalu diinformasikan melalui sms	45	28	5	2	-	4,45
4	Nasabah dapat dengan mudah menghubungi pihak bank jika terdapat keluhan	25	42	10	2	1	4,1
5	Keluhan terhadap mobile banking ditanggapi dengan cepat	25	43	7	2	3	4,06
6	Adanya layanan contact center yang dapat dihubungi	22	46	7	2	3	4,025
7	Mobile banking BRIS memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan layanan mobile banking	26	40	9	1	4	403
8	Mobile banking memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan transaksi masyarakat yang terus berkembang	29	37	13	1	-	4,175
9	Tampilan aplikasi mobile banking BRIS didesain secara jelas, menarik dan inovatif	24	41	12	3	-	4,075
10	Mobile banking BRIS dapat digunakan dimanapun	19	50	9	2	-	4,075
11	Transaksi dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam dan tersedianya jaringan	29	41	9	1	-	4,225
Total		300	454	97	18	11	
Rata-rata keseluruhan							4,15

Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata terbesar didapatkan dari pertanyaan mengenai penggunaan konfirmasi berupa SMS yang diberikan oleh pihak Bank BRI Syariah. Setelah selesai melakukan transaksi *Mobile Banking* yaitu sebesar 4,45. Rata-rata terendah didapatkan dari pertanyaan mengenai layanan kontak yang bisa dihubungi jika mendapatkan kendala saat menggunakan *Mobile Banking* dari Bank BRI Syariah. yaitu sebesar 4,025%. Namun keseluruhan rata-rata responnden berada pada skor 4,15 yang artinya rata-rata responden memberi tanggapan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan pada variabel penelitian *Mobile Banking*.

4.3.3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Penggunaan Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), Indikator *Automatic Teller Machine* (ATM) (X3)

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak puas (dengan skor 1) sampai dengan sangat puas (dengan skor 5). Puas tidaknya jawaban responden terhadap item pernyataan tentang pelayanan ATM dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden yang disajikan pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Persepsi Responden Terhadap Penggunaan Layanan ATM

NO	Anjungan Tunai Mandiri (ATM)	Tanggapan					Rata-rata
		SM	M	CM	TM	STM	
1	Saya menggunakan ATM karena menu ATM mudah dipelajari dan mudah dimengerti	40	35	5	-	4,43	4,43

2	sangat mudah untuk dioperasikan karena saya merasa mampu menggunakan ATM untuk bertransaksi	30	43	6	-	1	4,26
3	Anda puas dengan jumlah mesin ATM dan jaringan yang mudah diakses yang diberikan oleh BRIS	20	44	11	5	-	3,98
4	Anda puas dengan tidak adanya gangguan jaringan pada saat melakukan transaksi berjalan	14	56	9	1	-	4,03
5	Anda merasa puas dengan perkembangan pelayanan mesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan anda.	25	44	7	3	1	4,11
6	Anda merasa puas dengan fitur-fitur yang tersedia di mesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan anda.	21	45	14	-	-	4,08
7	Dengan ATM kebutuhan mendesak saya dapat cepat teratasi	23	49	8	-	-	4,18
8	Dengan ATM membuat waktu saya tidak terbuang percuma karena dapat menghemat waktu saya	21	39	12	4	4	3,86
Total		194	355	72	13	6	
Rata-rata keseluruhan							4,12

Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan analisis tabel 4.8 dapat diketahui bahwa rata-rata terbesar yang diperoleh dari analisis tabel 4.8 adalah 4,43 yang menyangkut dengan pertanyaan tentang mudahnya memahami

menu pada mesin ATM. Sementara itu, rata-rata terendah berdasarkan analisis tabel 4.8 didapatkan sebesar 3,8, hal ini menyangkut dengan poin pertanyaan tentang lebih hematnya waktu para nasabah jika menggunakan ATM untuk pengambilan uang. Namun keseluruhan rata-rata responnden berada pada skor 4,12 yang artinya rata-rata responden memberi tanggapan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan pada variabel penelitian *ATM*.

4.3.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan (Y)

Persepsi responden terhadap masing-masing pernyataan kepuasan diberikan alternatif pilihan jawaban yang berkisar antara sangat tidak puas (dengan skor 1) sampai dengan sangat puas (dengan skor 5). Puas tidaknya jawaban responden terhadap item pernyataan tentang pelayanan Bank bri syariah dapat dilihat dari jawaban masing-masing responden yang disajikan pada Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Layanan Bank BRI
Syariah

Kepuasan Konsumen							
NO	Kepuasan Konsumen	Tanggapan					Rata-rata
		SM	M	CM	TM	STM	
1	Tingkat keandalan pelayanan Internet Banking pada Bank BRI sudah memberikan rasa puas bagi anda sehingga anda tidak ragu	34	41	4	1	-	4,35
2	Dilihat dari manfaat Internet Banking telah memebrikan rasa puas bagi anda untuk	23	43	12	2	-	4,08

	menggunakan pelayanan pada Bank BRIS						
3	Tingkat keandalan pelayanan Mobile Banking pada Bank BRI sudah memberikan rasa puas bagi anda sehingga anda tidak ragu	24	46	7	3	-	4,13
4	Dilihat dari manfaat Mobile Banking telah memebrikan rasa puas bagi anda untuk menggunakan pelayanan pada Bank BRI	23	49	4	4	-	4,13
5	Anda merasa puas dengan pelayanan mesin ATM yang diberikan oleh pihak BRI	21	53	5	1	-	4,17
6	Anda merasa puas semua kebutuhan via transaksi ATM dapat dipenuhi oleh layanan ATM BRI Anda meras puas BSM memberikan rasa aman dan tidak	29	44	5	2	-	4,25
7	Anda merasa puas dengan pelayanan transaksi yang baik dari pihak BSM, sehingga meningkatkan loyalitas anda kepada bank tersebut.	29	38	11	2	-	4,175
8	Anda merasa puas BRI dapat memenuhi atau memahami kebutuhan anda.	24	44	10	2	-	4,12
9	Pelayanan yang diberikan kepada semua nasabah sama tanpa membeda-bedakan status atau latar belakang nasabah	25	34	19	2	-	4,02
10	Anda sangat yakin dan puas terhadap pelayanan yang relaitif baik untk	25	39	15	-	1	4,08

	saat ini adalah di Bank						
11	Anda merasa puas dengan pemotongan biaya transaksi antar bank yang berbeda .	20	48	10	1	1	4,06
Total		277	479	102	20	2	
Rata-rata keseluruhan							4,14

Analisis Kuesioner 2020

Berdasarkan analisis tabel 4.9 dapat diketahui bahwa rata-rata terbesar yang diperoleh dari analisis tabel 4.9 adalah 4,35 yang menyangkut dengan pertanyaan tentang keandalan Bank BRI Syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Sementara itu, rata-rata paling rendah adalah sebesar 4,02, hal ini menyangkut dengan pelayanan Bank BRI Syariah yang tidak membedakan status ketika memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Namun keseluruhan rata-rata responnden berada pada skor 4,14 yang artinya rata-rata responden memberi tanggapan setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan pada variabel penelitian kepuasan.

4.4 Pengujian Validitas Variabel

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *pearson correlation*. Pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{table}$ atau nilai *pvalue* lebih kecil dari alpha 5%. Hasil mengenai uji validitas dapat dilihat untuk setiap variabel dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel

No	Variabel	Item pertanyaan	r _{hitung}	r _{table}	pvalue	keputusan
1	Internet banking (X1)	IB1	0,931	0,183	0,000	Valid
		IB2	0,868	0,183	0,000	Valid
		IB3	0,977	0,183	0,000	Valid
		IB4	0,977	0,183	0,000	Valid
		IB5	0,964	0,183	0,000	Valid
		IB6	0,971	0,183	0,000	Valid
		IB7	0,941	0,183	0,000	Valid
		IB8	0,964	0,183	0,000	Valid
		IB9	0,928	0,183	0,000	Valid
		IB10	0,945	0,183	0,000	Valid
		IB11	1	0,183	0,000	Valid
2	Mobile banking (X2)	MB1	0,930	0,183	0,000	Valid
		MB2	0,915	0,183	0,000	Valid
		MB3	0,972	0,183	0,000	Valid
		MB4	0,970	0,183	0,000	Valid
		MB5	0,932	0,183	0,000	Valid
		MB6	0,968	0,183	0,000	Valid
		MB7	0,975	0,183	0,000	Valid
		MB8	0,917	0,183	0,000	Valid
		MB9	0,981	0,183	0,000	Valid
		MB10	0,944	0,183	0,000	Valid
		MB11	1	0,183	0,000	Valid
3	ATM (X3)	AT1	0,849	0,183	0,000	Valid
		AT2	0,908	0,183	0,000	Valid
		AT3	0,961	0,183	0,000	Valid
		AT4	0,885	0,183	0,000	Valid
		AT5	0,961	0,183	0,000	Valid
		AT6	0,929	0,183	0,000	Valid
		AT7	0,936	0,183	0,000	Valid
		AT8	0,967	0,183	0,000	Valid
4	Kepuasan pelanggan (Y)	KP1	0,888	0,183	0,000	Valid
		KP2	0,968	0,183	0,000	Valid
		KP3	0,966	0,183	0,000	Valid
		KP4	0,945	0,183	0,000	Valid
		KP5	0,919	0,183	0,000	Valid
		KP6	0,942	0,183	0,000	Valid
		KP7	0,956	0,183	0,000	Valid
		KP8	0,976	0,183	0,000	Valid
		KP9	0,935	0,183	0,000	Valid

		KP10	0,952	0,183	0,000	Valid
		KP11	0,947	0,183	0,000	Valid

Analaisis Data, 2020

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena memiliki hubungan yang positif terhadap total skor konstruk. Hubungan positif ini terjadi karena masing-masing pernyataan memiliki nilai signifikansi dibawah alpha 5% dan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} .

4.5 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidak suatu variabel dilakukan uji statistic dengan melihat nilai cronbach alpha. Kriteria yang digunakan adalah:

1. Nilai alpha Cronbach $> 0,60$, berarti reliable.
2. Nilai alpha Cronbach $< 0,60$, berarti tidak reliabel.

Adapun hasil yang didapatkan setelah dianalisis dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Pengujian Reliabelitas

Variabel	Jumlah Item	Alpha Cronbach	Nilai Kritis Alpha Cronbach	Keterangan
Internet Banking (X1)	11	0,986	0.600	Reliabel
Mobile Banking (X2)	11	0,989	0.600	Reliabel
Automatic Teller Machine (X3)	8	0,971	0.600	Reliabel
Kepuasan (Y)	11	0,987	0.600	Reliabel

Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha Internet Banking (X1)* sebesar 0.986, *Mobile Banking (X2)* sebesar 0.989, *Automatic Teller Machine (X3)* sebesar 0.971 dan kepuasan (Y) sebesar 0,987. Nilai *Cronbach Alpha* setiap variabel lebih besar dari 0.60, artinya bahwa variabel yang diteliti adalah reliabel.

4.6 Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki nilai residual terdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.12
Pengujian Normalitas Variabel

Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11171608
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.105
	Negative	-.140
Test Statistic		.140

Asymp. Sig. (2-tailed)	.701 ^c
------------------------	-------------------

Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan Tabel 4.12 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,701 > 0,05$ yang berarti bahwa sebaran data berdistribusi normal. Kesimpulan yang diperoleh adalah data penelitian berdistribusi normal sehingga penelitian dapat dilanjutkan pada tahap analisis regresi.

4.7 Pengujian Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode Glejser. Adapun kriteria penarikan kesimpulannya adalah:

1. Jika $\alpha > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
2. Jika $\alpha < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

Adapun hasil analisis yang didapatkan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.13
Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.312	.707		3.268	.002	
	X1	.742	.105	.804	7.076	.000	
	X2	-.152	.081	-.168	-1.882	.064	
	X3	.496	.122	.358	4.070	.000	

a. Dependent Variable: Y

Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan hasil analisis heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel (X1) adalah 0,00, variabel (X2) 0,064 dan variabel (X3) adalah 0,00. Karena nilai signifikansi ketiga variabel (X1) dan (X3) maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas, sementara untuk variabel (X2) tersebut lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.8 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi masalah multikolinearitas. Hasil perhitungan data diperoleh nilai VIF sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.312	.707		3.268	.002		
	X1	.742	.105	.804	7.076	.000	.016	6.4215
	X2	-.152	.081	-.168	-1.882	.064	.025	3.9784
	X3	.496	.122	.358	4.070	.000	.026	3.8485

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa semua nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10 dan nilai Tolerance kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas yaitu korelasi antar variabel bebas.

4.9 Hasil Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 4.15
Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	2.312	.707		3.268	.002		
	X1	.742	.105	.804	7.076	.000	.016	6.4215
	X2	-.152	.081	-.168	-1.882	.064	.025	3.9784
	X3	.496	.122	.358	4.070	.000	.026	3.8485

a. Dependent Variable: Y

Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui model regresi sebagai berikut: **A R - R A N I R Y**

$$Y = 2.312 + 0,742X_1 - 0,152X_2 + 0,496X_3$$

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta regresi dari persamaan tersebut adalah 2,312 artinya jika variabel X1, X2 dan X3 bernilai 0, maka tingkat kepuasan nasabah adalah sebesar 2,312
2. Koefisien regresi dari variabel Internet Banking (X1) adalah sebesar 0,742, angka ini menunjukkan bahwa apabila layanan Internet Banking mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan akan naik sebesar 0,742 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi dari variabel Mobile Banking adalah sebesar -0,152, angka ini menunjukkan bahwa apabila layanan Mobile Banking (X2) mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan akan turun sebesar 0,152 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.
4. Koefisien regresi dari variabel ATM (X3) adalah sebesar 0,496, angka ini menunjukkan bahwa apabila layanan ATM mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan akan naik sebesar 0,496 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap.

4.10 Pengujian Hipotesis

4.10.1 Uji T (Uji Parsial)

Menurut Malhotra (2010), tujuan uji t adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Untuk menguji hipotesis parsial dapat dilihat hasil uji statistik berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana disajikan pada Tabel 4.20 berikut:

Tabel 4.16
Uji T Parsial

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.312	.707		3.268	.002		
	X1	.742	.105	.804	7.076	.000	.016	6.4215
	X2	-.152	.081	-.168	-1.882	.064	.025	3.9784
	X3	.496	.122	.358	4.070	.000	.026	3.8485

a. Dependent Variable: Y

Analisis Data Kuesioner 2020

Berdasarkan Tabel 4.20 di atas menunjukkan interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama menyatakan pengaruh layanan *Internet banking* terhadap kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar 7,076 sedangkan t tabel sebesar 0,67. Nilai t hitung > t tabel, artinya bahwa *Internet banking* secara total atau keseluruhan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama dapat diterima.
2. Hipotesis kedua menyatakan pengaruh layanan *Mobile banking* terhadap kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar -1,882 sedangkan t tabel sebesar 0,67. Nilai t hitung < t tabel, artinya bahwa layanan *Internet banking* secara total atau keseluruhan tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua tidak dapat diterima.

3. Hipotesis ketiga menyatakan pengaruh ATM terhadap kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar 4,070 sedangkan t tabel sebesar 0,67. Nilai t hitung $>$ t tabel, artinya bahwa layanan ATM secara total atau keseluruhan sangat berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua dapat diterima.

4.10.2 Pengujian F (Uji Simultan)

Menurut Maholtra (2010), uji F menunjukkan apakah semua variabel independen ataupun variabel bebas yang dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis simultan dapat dilihat hasil uji statistik berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana disajikan pada Tabel 4.21 berikut:

Tabel 4.17
Pengujian F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4345.642	3	1448.547	1634.696	.000 ^b
	Residual	67.346	76	.886		
	Total	4412.988	79			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Analisis Data Kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 1634,696 Sedangkan F tabel sebesar 1,92. Nilai F hitung $>$ F tabel, hal ini berarti bahwa variabel reliability. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Internet Banking, Mobile Banking,*

ATM secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan BRI.

4.11 Pengujian Determinasi

Adapun hasil pengujian determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 18
Hasil Pengujian Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.985	.984	.941
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,985 atau 98,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan ATM mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 98,5%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Besaran R-square atau koefisien determinasi menjelaskan pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Semakin besar pula pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini diperoleh nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0,985 atau 98,5%. Kesimpulannya bahwa hanya 98,5% dari 100% variabel kepuasan dipengaruhi oleh variabel *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan ATM.

4.12 Pembahasan

4.12.1 Pengaruh *Internet Banking* Terhadap Kepuasan nasabah Bank BRI Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh pengaruh *internet banking* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank BRI Syariah sebesar 0,742. Artinya apabila *internet banking* mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan akan naik sebesar 0,742 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah membuka tabungan pada Bank BRI Syariah. Hasil temuan ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Eny Kustiyah dan Dewi Wahyuningsih (2016) yang menyatakan bahwa berdasarkan analisis data yang telah dilakukannya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh layanan *internet banking* terhadap transaksi nasabah secara simultan.

Hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variabel produk memiliki t_{hitung} sebesar 7,076 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $7,076 > 0,67$ dengan nilai signifikan 0,000 yang artinya nilai signifikansi variabel *internet banking* lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai signifikansi yang telah ditetapkan peneliti yaitu 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel internet banking memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI Syariah.

4.12.2 Pengujian *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank BRI Syariah

sebesar -0,152. Artinya apabila *mobile banking* mengalami penurunan satu satuan, maka kepuasan akan turun sebesar 0,152 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah membuka tabungan pada Bank BRI Syariah.

Hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variabel produk memiliki t_{hitung} sebesar -1,882 dimana t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $-1,882 < 0,67$ dengan nilai signifikan 0,064 yang artinya nilai signifikansi variabel *mobile banking* lebih besar jika dibandingkan dengan nilai signifikansi yang telah ditetapkan peneliti yaitu 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel internet banking tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI Syariah.

4.12.3 Pengujian ATM Terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh pengaruh ATM terhadap kepuasan nasabah yang menabung di Bank BRI Syariah sebesar 0,496. Artinya apabila ATM mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan akan naik sebesar 0,496 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah membuka tabungan pada Bank BRI Syariah. Hasil temuan ini juga didukung oleh hasil penelitian dari Tri yulianto (2015) yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji T disimpulkan bahwa layanan ATM

memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dalam bertransaksi.

Hasil perhitungan uji statistik t menunjukkan variabel ATM memiliki t_{hitung} sebesar 4,070 dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $4,070 > 0,67$ dengan nilai signifikan 0,000 yang artinya nilai signifikansi variabel ATM lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai signifikansi yang telah ditetapkan peneliti yaitu 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel ATM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank BRI Syariah.

4.12.4 Pengaruh *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan ATM Terhadap Tingkat Kepuasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 4.21 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 1634,696 Sedangkan F tabel sebesar 1,92. Nilai F hitung $>$ F tabel, hal ini berarti bahwa variabel reliability. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking*, ATM secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan BRI. Berdasarkan Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,985 atau 98,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan ATM mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 98,5%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *mobile banking*, *internet banking* dan *ATM* terhadap kepuasan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian Hipotesis dengan uji T parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *mobile banking*, *internet banking* dan *ATM* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.
2. Berdasarkan pengujian Hipotesis dengan uji F Simulta dapat disimpulkan bahwa variabel *mobile banking*, *internet banking* dan *ATM* secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan BRI.
3. Berdasarkan pengujian Hipotesis dengan uji T parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *ATM* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI Syariah.
4. Berdasarkan pengujian Hipotesis dengan uji F Simultan dapat disimpulkan bahwa variabel *mobile banking*, *internet banking* dan *ATM* secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah perbankan BRI.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Disarankan kepada Bank BRI Syariah cabang Banda Aceh agar tetap menjaga kepuasan nasabah, dengan terus memberi pelayanan yang lebih baik pada nasabah karena salah satu faktor menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas pada perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Seperti menyediakan fitur-fitur yang dapat memudahkan nasabah dalam berinteraksi.
2. Memperhatikan keluhan atau keinginan nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan. Pelayanan juga salah satu faktor dalam persaingan antara perusahaan dengan perusahaan lainnya untuk menarik nasabah dan menjadi nasabah agar tetap loyal terhadap suatu perusahaan tersebut.
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel yang penelitian ini belum dicantumkan dan pengukuran penelitian seperti variabel faktor-faktor apa saja yang dapat menyebabkan meningkatnya kepuasan nasabah terhadap suatu jasa/produk ataupun meneliti Perusahaan/Bank yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Eko, Sujianto. (2010) . *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Azuar, Irfan, Saprina, (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU Press.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Roakya Offset.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakya.
- Fauziah,(2014). *Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis Reengineering*, 1998. dalam skripsi Mei Sadatul Chusna.
- <http://www.banrakyatindonesia.com.co.id/berita/detail/bank-muamalat-luncurkan-muamalat-mobile-banking> diakses tanggal 4 Februari 2019 pukul 07.14 wib.
- Imam, (2014). *Studi Komparatif Konsep Kepuasan Sebagai Tujuan Kegiatan*
- Kasmir, (2015). *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Konsumsi Menurut Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Syariah.. Phd Thesis. UIN Sunan Ampel, Muttaqin.
- Lipis, (1992). *Perbankan Elektronik*. Penerbit Rineka Cipta. Jakarta.
- Ma'arif. (2008). *Departemen Agama, Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung.
- Muhammad, (2004). *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press.

- Muhammad, (2004) Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah, Yogyakarta: UII Press, UU RI Bab 1 Pasal 1.
- Muhammad, (2004/2005) *Ekonomi Mikro dalam Prespektif Islam*, BPFE-Yogyakarta.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia: *Ekonomi Islam*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2008.
- Rianto, Arif .(2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Sadono, sukirno. (2002). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Singgih, Santoso, (2002). *Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta:Elekmedia Komputindo.
- Siregar Sofyan, (2012). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta.
- Maryanto Supriyono, (2011). *Buku Pintar Perbankan*.
- Sugiyono, (2007). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kombinasi*.
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kombinasi MixedMethods*, Bandung: Alfabeta.
- Siregar Syofian, ss (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: Rajawali Pers.

Sutanto Herry, dan Umam Khaerul, (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia.

Tim Penyusun, (2009). *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*.

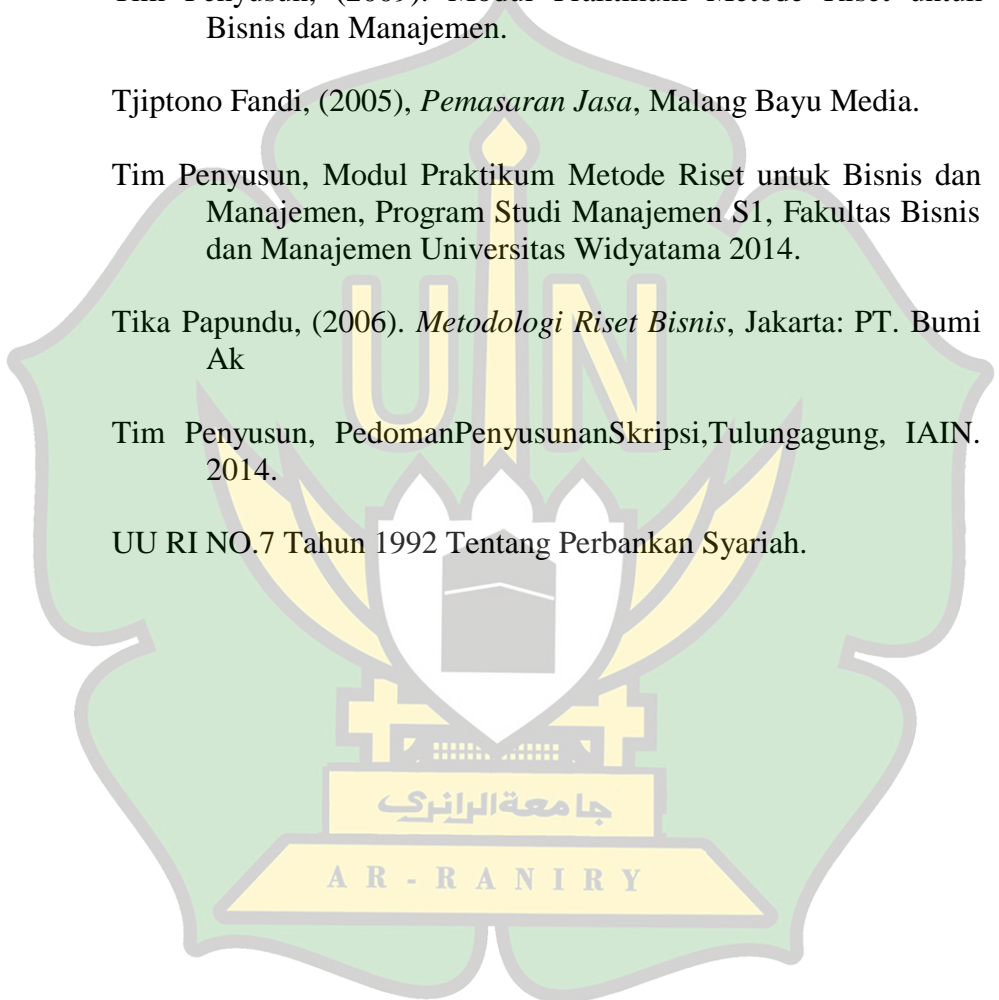
Tjiptono Fandi, (2005), *Pemasaran Jasa*, Malang Bayu Media.

Tim Penyusun, *Modul Praktikum Metode Riset untuk Bisnis dan Manajemen*, Program Studi Manajemen S1, Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama 2014.

Tika Papundu, (2006). *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Bumi Ak

Tim Penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Tulungagung, IAIN. 2014.

UU RI NO.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan Syariah.



Lampiran 1 Kuesioner Angket

KUESIONER PENELITIAN UNTUK NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KOTA BANDA ACEH

Assalamualaikum Wr. Wb
Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, Dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah Kota Banda Aceh", di Jurusan Perbankan Syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh. Saya memohon kesediaan Bapak/ibu/sdr/i untuk meluangkan sedikit waktu dalam mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan *automatic teller machine* (ATM) terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Kota Banda Aceh.

Dalam pengisian kuesioner ini disarankan untuk membaca petunjuk umum yang terdapat pada awal setiap bagian dengan seksama sebelum menjawab pertanyaan sesuai pendapat Bapak/ibu/sdr/i. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden. Atas perhatian dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

Hormat saya,

Arif Munandar
NIM. 140603207

A. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin :

- a. Laki-Laki
- b. Perempuan

Umur

- a. 17 - 26 Tahun
- b. 27 - 36 Tahun

Pekerjaan responden :

- | | |
|-----------------------------|--------------|
| a. Pegawai Negeri
Tangga | d. Ibu Rumah |
| b. Pegawai Swasta | e. |
| Pelajar/Mahasiswa | |
| c. Wiraswasta | f. dan lain- |
| lain..... | |

Lama menjadi Nasabah BRI Syariah Kota Banda Aceh:

- | | |
|--------------|----------------|
| a. < 1 Tahun | c. 3 – 6 Tahun |
| b. 1-3 Tahun | d. > 6 Tahun |

Pilih Layanan transaksi yang digunakan:

- | | |
|--------------|-----------|
| a. ATM | c. Mobile |
| Banking | |
| b. E-Banking | |

Apakah anda mengetahui perbedaan mobile banking dan e banking

- a. Ya
- b. Tidak

B. PETUNJUK PENGISIAN

Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian. 2. Setiap pernyataan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu. 3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda (√) untuk jawaban yang anda pilih

1. Sangat Memuaskan (SM)
2. Memuaskan (M)
3. Cukup Memuaskan (CM)
4. Kurang Memuaskan (TM)
5. Sangat Tidak Memuaskan (STM)

NO	Mobile Banking	Tanggapan				
		SM	M	CM	TM	STM
1	Transaksi melalui Mobile Banking mudah dan tidak berbelit-belit					
2	Transaksi dengan mobile banking BRIS tepat waktu					
3	Setiap transaksi melalui Mobile Banking akan selalu diinformasikan melalui sms					
4	Nasabah dapat dengan mudah menghubungi pihak bank jika terdapat keluhan					
5	Keluhan terhadap mobile					

	banking ditanggapi dengan cepat					
6	Adanya layanan contact center yang dapat dihubungi					
7	Mobile banking BRIS memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan layanan mobile banking					
8	Mobile banking memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan transaksi masyarakat yang terus berkembang (dukungan teknologi yang berkembang)					
9	Tampilan aplikasi mobile banking BRIS didesain secara jelas, menarik dan inovatif					
10	Mobile banking BRIS dapat digunakan dimanapun					
11	Transaksi dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam dan tersedianya jaringan					
NO	Internet Banking	Tanggapan				
		SM	M	CM	TM	STM
1	Pelayanan Internet Banking cepat dan akurat					
2	Transaksi dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam dan tersedianya jaringan					

3	internet banking memberikan beragam transaksi yang dibutuhkan nasabah					
4	Layanan internet banking menyediakan nomor contact layanan yang mudah dihubungi					
5	kesalahan kekeliruan melalui Internet Banking maka pihak bank yang bersangkutan cepat dalam merespon					
6	Internet banking BRIS memberikan konfirmasi layanan atas keberhasilan atau kegagalan dalam menjalankan transaksi					
7	Internet banking menyediakan tutorial layanan penggunaan internet banking					
8	Dengan menggunakan <i>internet banking</i> transaksi perbankan yang saya lakukan lebih cepat tanpa harus mengantri di teller atau					
9	Fitur–fitur yang disediakan pada aplikasi mobile banking sesuai dengan kebutuhan nasabah					

10	Pihak Bank menjamin kerahasiaan transaksi yang anda lakukan melalui internet banking					
11	Bukti yang diterima jelas dan akurat					
NO	ANJUNGAN TUNAI MANDIRI (ATM)	Tanggapan				
		SM	M	CM	TM	STM
1	Saya menggunakan ATM karena menu ATM mudah dipelajari dan mudah dimengerti					
2	sangat mudah untuk dioperasikan karena saya merasa mampu menggunakan ATM untuk bertransaksi					
3	Anda puas dengan jumlah mesin ATM dan jaringan yang mudah diakses yang diberikan oleh BRIS					
4	Anda puas dengan tidak adanya gangguan jaringan pada saat melakukan transaksi berjalan					
5	Anda merasa puas dengan perkembangan pelayanan mesin ATM yang sesuai dengan kebutuhan anda.					
6	Anda merasa puas dengan fitur-fitur yang tersedia di mesin ATM yang sesuai					

	dengan kebutuhan anda.					
7	Dengan ATM kebutuhan mendesak saya dapat cepat teratasi					
8	Dengan ATM membuat waktu saya tidak terbuang percuma karena dapat menghemat waktu saya					

Kepuasan Konsumen						
NO	Kepuasan Konsumen	Tanggapan				
		SM	M	CM	TM	STM
1	Tingkat keandalan pelayanan Internet Banking pada Bank BRI sudah memberikan rasa puas bagi anda sehingga anda tidak ragu					
2	Dilihat dari manfaat Internet Banking telah memebrikan rasa puas bagi anda untuk menggunakan pelayanan pada Bank BRIS					
3	Tingkat keandalan pelayanan Mobile Banking pada Bank BRI sudah memberikan rasa puas bagi anda sehingga anda tidak ragu					
4	Dilihat dari manfaat Mobile Banking telah memebrikan rasa puas bagi anda untuk menggunakan pelayanan pada Bank BRI					

5	Anda merasa puas dengan pelayanan mesin ATM yang diberikan oleh pihak BRI (Anjungan tunai mandiri					
6	Anda merasa puas semua kebutuhan via transaksi ATM dapat dipenuhi oleh layanan ATM BRI Anda meras puas BSM memberikan rasa aman dan tidak					
7	Anda merasa puas dengan pelayanan transaksi yang baik dari pihak BSM, sehingga meningkatkan loyalitas anda kepada bank tersebut.					
8	Anda merasa puas BRI dapat memenuhi atau memahami kebutuhan anda. (Pelayanan bank)					
9	Pelayanan yang diberikan kepada semua nasabah sama tanpa membeda-bedakan status atau latar belakang nasabah					
10	Anda sangat yakin dan puas terhadap pelayanan yang relatif baik untk saat ini adalah di Bank BRI					
11	Anda merasa puas dengan pemotongan biaya transaksi					

2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
13	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	43
14	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	43
15	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	43
16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	42
17	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	42
18	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	41
19	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	40
20	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	38
21	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	38
22	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	37
23	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	37
24	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	36
25	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	35

74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
79	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	43
80	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	43



	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_4	Pearson Correlation	.890 [*]	.829 ^{**}	.967 ^{**}	1	.978 ^{**}	.974 ^{**}	.874 ^{**}	.935 ^{**}	.896 ^{**}	.892 ^{**}	.977 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_5	Pearson Correlation	.897 [*]	.814 ^{**}	.940 ^{**}	.978 ^{**}	1	.953 ^{**}	.846 ^{**}	.922 ^{**}	.920 ^{**}	.864 ^{**}	.964 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_6	Pearson Correlation	.866 [*]	.834 ^{**}	.948 ^{**}	.974 ^{**}	.953 ^{**}	1	.901 ^{**}	.935 ^{**}	.868 ^{**}	.888 ^{**}	.971 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_7	Pearson Correlation	.879 [*]	.790 ^{**}	.923 ^{**}	.874 ^{**}	.846 ^{**}	.901 ^{**}	1	.922 ^{**}	.837 ^{**}	.956 ^{**}	.941 ^{**}

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_8	Pearson Correlation	.923 [*]	.792 ^{**}	.961 ^{**}	.935 ^{**}	.922 ^{**}	.935 ^{**}	.922 ^{**}	1	.889 ^{**}	.886 ^{**}	.964 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_9	Pearson Correlation	.919 [*]	.760 ^{**}	.900 ^{**}	.896 ^{**}	.920 ^{**}	.868 ^{**}	.837 ^{**}	.889 ^{**}	1	.862 ^{**}	.928 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_10	Pearson Correlation	.895 [*]	.801 ^{**}	.912 ^{**}	.892 ^{**}	.864 ^{**}	.888 ^{**}	.956 ^{**}	.886 ^{**}	.862 ^{**}	1	.945 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1_11	Pearson Correlation	.931 [*]	.868 ^{**}	.977 ^{**}	.977 ^{**}	.964 ^{**}	.971 ^{**}	.941 ^{**}	.964 ^{**}	.928 ^{**}	.945 ^{**}	1

2. Pengujian Reliabilitas

a. Pengujian reliabilitas variabel *mobile banking*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.986	11

b. Pengujian reliabilitas variabel *internet banking*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.989	11

c. Pengujian reliabilitas variabel ATM

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.971	8

d. Pengujian reliabilitas variabel layanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
9.987	11

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y