PENGARUH *INTERNET BANKING, MOBILE BANKING* DAN *ATM* TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI KC PALEMBANG SIMPANG PATAL

M. Somadi[1)], Havis Aravik[2)], Choirunnisak[3)]
Program Studi Perbankan Syariah, STEBIS IGM Palembang, Indonesia
Email: *mhdsomadi11691@gmail.com, havis@stebisigm.ac.id, choirunnisak_umar@stebisigm.ac.id*

Abstrak
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Internet Banking, Mobile Banking dan ATM terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan Internet Banking, Mobile Banking dan ATM pada PT Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non probability sampling. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan metode statistik deskriptif dan metode kuantitatif yaitu analisis regresi linier berganda dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil uji F menunjukkan bahwa Internet Banking, Mobile Banking dan ATM secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal. Berdasarkan pada pengujian koefisien determinasi (R2) menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,829 berarti 82,9% faktor-faktor Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh Internet Banking, Mobile Banking dan ATM. Sedangkan sisanya sebesar 17,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

Abstract
The purpose of this study was to determine and analyze the effect of Internet Banking, Mobile Banking and ATM on Customer Satisfaction at PT Bank Syariah Indonesia KC Palembang SimpangPatal. This research is a type of quantitative research. The population in this study are customers who use Internet Banking, Mobile Banking and ATM services at PT Bank Syariah Indonesia KC Palembang SimpangPatal. The sampling method in this study used a non-probability sampling method. The data collection method in this study was a questionnaire. The data analysis method used descriptive statistical methods and quantitative methods, namely multiple linear regression analysis with a significant level of 0.05. The results of the F test indicate that Internet Banking, Mobile Banking and ATM simultaneously have a positive and significant effect on Customer Satisfaction at PT Bank Syariah Indonesia KC Palembang SimpangPatal. Based on the test of the coefficient of determination (R2) shows that the R Square value of 0.829 means that 82.9% of Customer Satisfaction

factors can be explained by Internet Banking, Mobile Banking and ATM. While the remaining 17.1% is explained by other factors not examined in this study.

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

A. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis jasa perbankan syariah yang semakin berkembang, membuat persaingan dalam perbankan syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang sasaran segmen pasarnya serupa (Aravik & Hamzani, 2021). Tingkat persaingan dalam perbankan syariah ditandai dengan maraknya produk dan jasa yang ditawarkan dalam bank syariah. Berdasarkan data yang terkumpul dalam statistik perbankan syariah, tahun 2016 total aset bank umum syariah berjumlah 254 Triliun rupiah dan pada tahun 2017 meningkat menjadi 288 Triliun rupiah. Sedangkan jumlah BUS (Bank Umum Syariah) pada akhir tahun 2017 mencapai 13 bank. Pada tahun 2018 jumlah BUS menjadi 14 bank. Terjadi perkembangan Aset BUS hingga Rp. 316,69 Triliun pada Desember 2018. Jumlah kantor BUS di Indonesia mengalami peningkatan dari 1.825 kantor tahun 2017 menjadi 1.875 kantor pada tahun 2018. Sedangkan jumlah ATM BUS mengalami peningkatan dari 2.585 ATM di tahun 2017 menjadi 2.791 ATM pada 2018. (Mainata, 2019, p. 3).

Sementara itu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (HIMBARA), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS). Terobosan kebijakan pemerintah untuk melakukan merger tiga bank syariah ini diharapkan dapat memberikanpilihan lembaga keuangan baru bagi masyarakat sekaligus mampu mendorong perekonomian nasional. (Alhusain, 2021, p. 1).

BSI (Bank Syariah Indonesia) sebagai hasil merger 3 (tiga) bank syariah BUMN secara resmi beroperasi. BSI menjadi bank terbesar ke-7 di Indonesia berdasarkan nilai aset yang dimiliki. Pada awal beroperasi sudah mampu menjadi magnet pelaku usaha dan investor di bursa saham yang ditunjukkan dengan kenaikan

nilai saham yang signifikan. Pelaku usaha pun memberikan penilaian positif dan menaruh harapan yang besar akan kiprah BSI sebagai lembaga keuangan yang dapat menjadi penggerak ekonomi nasional. Keberhasilan awal ini harus diikuti dengan keberhasilan menjawab tantangan untuk mencapai visi kelas dunia dan mampu menjadi pendorong ekonomi nasional, antara lain melalui upaya transformasi bisnis yang terus menerus, menghasilkan produk jasa keuangan yang kompetitif dan meningkatkan penetrasi fasilitasi pembiayaan untuk UMKM. Untuk itu, DPR melalui fungsi pengawasan perlu terus mengawal dan mendorong perkembangan BSI berperan dalam perekonomian dan mampu mencapai visi yang dicita-citakannya pada tahun 2025. (Alhusain, 2021).

Kepuasan Nasabah merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam pemasaran. Kotler dan Keller mendefinisikan Kepuasan Nasabah adalah "perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang diharapkan". Nasabah memiliki tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mendapatkan layanan yang diterimanya dari perusahaan berdasarkan tingkat harapan yang telah terpenuhi atau belum. Perusahaan harus berusaha membuat kepuasan nasabah tersebut berkembang menjadinasabah yang *loyal* terhadap produk maupun layanan yang diberikan oleh perusahaan. (Apriliani, 2014, p. 2).

Dari kebutuhan nasabah tersebut, secara tidak langsung *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan ATM merupakan hal yang sangat menguntungkan bagi nasabah bank, termasuk penghematan biaya, dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah bank. Maka peneliti tertarik mengangkat tema ini karena dapat meningkatkan kepercayaan nasabah pada jasa perbankan dan pemahaman nasabah dalam penggunaannya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka judul penelitian ini adalah **" Pengaruh *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Palembang Simpang Patal".**

B. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data primer karena diperoleh dari hasil jawaban responden atas kuesioner atau angket yang diberikan kepada nasabah BSI KC Palembang Simpang Patal.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau peryataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2014:199), dalam hal ini responden yang dimaksud adalah nasabah BSI KC Simpang Patal Palembang .

Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono, 2015:168) dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradiasi dari sangat positif sampai sangat negatif.Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagaiberikut:

SS	=Sangat Setuju	diberiskor	5
S	=Setuju	diberi skor	4
N	=Netral	diberi skor	3
TS	=Tidak Setuju	diberiskor	2
STS	= SangatTidak Setuju	diberi skor	1

Sedangkan teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. (Siregar, 2014:351) Data tersebut harus diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisis, dengan bantuan program SPPS.

Y (Kepuasan) = βinternet Banking + βmobile Banking + βATM + e1 (Persamaan Struktural 1)

Dimana:

Variabel Bebas : Internet Banking, Mobile Banking, dan ATM

Variabel Terikat : Kepuasan Nasabah

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian *Internet Banking*

Internet merupakan jaringan komputer terbesar di dunia, yang menghubungkan semua jaringan komputer yang ada di setiap wilayah ini, baik menggunakan media kabel (*wired*) maupun nirkabel (*wireless*). Internet sendiri merupakan teknologi yang sangat umum digunakan saat ini, hampir semua jenis layanan dan aplikasi baik di komputer desktop, komputer jinjing, hingga perangkat *Mobile*, terhubung ke Internet. Hampir semua kegiatan dari kerja hingga kegiatan santai dilakukan di Internet oleh masyarakat di era digital ini. (Pratama 2014:64–65).

2. Pengertian *Mobile Banking*

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone* GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, misal Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya. (Supriyono, 2011, p. 67). SMS merupakan pesan tertulis yang dapat diterima dan dikirim ke pengguna HP. Dengan adanya kerja sama antara bank dan operator seluler serta nasabah maka transaksi dapat dilakukan dengan mudah di mana saja yang disebut dengan *Mobile Banking*. Bila seseorang melakukan transaksi maka bank akan membuat konfirmasi bahwa pada jam, hari, tanggal, tahun tertentu telah terjadi transaksi. Bila nasabah tidak merasa melakukan transaksi, maka nasabah berhak membatalkan transaksi tersebut.

3. Pengertian ATM

Alat pembayaran dengan menggunakan kartu yang dapat dimanfaatkan guna menjalankan pemindahan dana atau penarikan tunai dimana mengharuskan memenuhi kebutuhan pemegang kartu secara langsung dengan mememangkas seketika simpanan pemegang kartu pada lembaga bank maupun non-bank yang berkuasa dalam

mengumpulkan dana disebut dengan kartu ATM. (Hendro, Tri & Rahardja 2014:4) ATM juga dikenal sebagai sebuah perangkat elektronik yang memperbolehkan pelanggan bank untuk memeriksa rekening tabungan dan menarik uang nasabah tanpa harus melalui teller.

Sedangkan dalam buku Layanan Jasa Perbankan yang ditulis oleh Murni Anugrah L. Kartu ATM adalah kartu khusus yang diberikan oleh bank kepada pemilik rekening. Kartu ini dapat digunakan untuk bertransaksi secara elektronis atas rekening nasabah di bank bersangkutan.

4. Pengertian kepuasan nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa adalah menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. (Arif 2012:192)

Kepuasan nasabah merupakan penilaian seseorang tentang kinerja produk maupun jasa, atau hasil dalam kaitannya dengan ekspektasi. Kepuasan konsumen maupun nasabah akan tercapai jika persepsi fundamental konsumen atau nasabah terhadap kinerja produk maupun jasa sama dengan kinerja produk yang diharapkan. (Priansa 2016:197).

5. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Ratnawaty Marginingsih pada tahun 2020 dengan judul *Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok)* bahwa Kualitas *Mobile Banking* Terhadap Kepusan Nasabah secara keseluruhan memperoleh hasil yang positif dan signifikan.(Marginingsih, 2020:8) Persamaan dari penelitian ini ialah sama-sama 100 responden, perbedaannya ialah kuesioner disebar secara online.

Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Fandi pada tahun 2019 dengan judul *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya*bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *MobileBanking*.(Fandi,

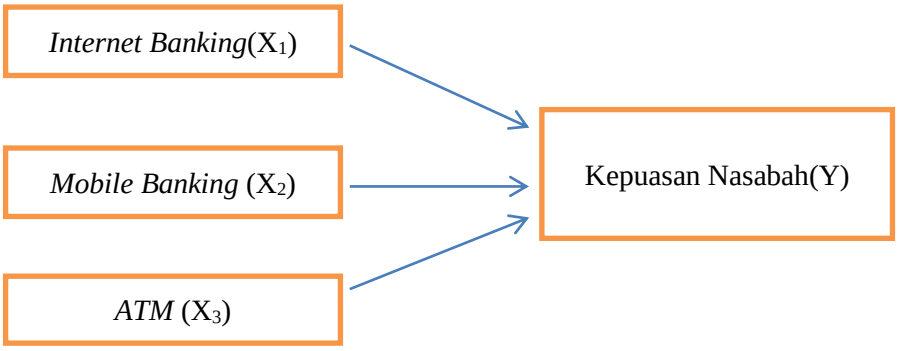
2019:7) Persamaan dari penelitian ini ialah metode yang digunakan dalam penentuan pengambilan sampel adalah *Non Probability Sampling*, perbedaannya ialah Teknik yang digunakan adalah *Aksidental Sampling*.

Penelitian yang dilakukan oleh Vina Pandu Winata, Dkk. pada tahun 2018 dengan judul *Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh* bahwa Baik secara pasial maupun simultan variabel kemudahan penggunaan, efisiensi dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan BSI *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang Payakumbuh.(Winata, 2018:8) . Persamaan dari penelitian ini ialah menggunakan data primer yang langsung diperoleh dari objek penelitian melalui daftar pernyataan atau kuesioner yang terstruktur dan telah dijawab oleh responden, perbedaannya ialah teknik pengujian data menggunakan Analisis *regresi binerylogistic*.

6. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai hal penting. Maka kerangka pemikiran teoritis yang disajikan dalam penelitian ini adalah sebagaiberikut:

Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran



Sumber: Dikembangkan Dalam Penelitian Ini (2021

7. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Tabel 4.1 menunjukkan nilai stasistik deskriptif dari masing masing variabel.

Tabel 4.1: Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
InternetBanking	100	15	30	27,10	2,866
MobileBanking	100	25	40	34,10	5,028
ATM	100	30	50	42,50	7,140
Kepuasan Nasabah	100	14	20	17,74	2,168
Valid N (listwise)	100				

Sumber data: DataPrimer diolah, Juli 2021

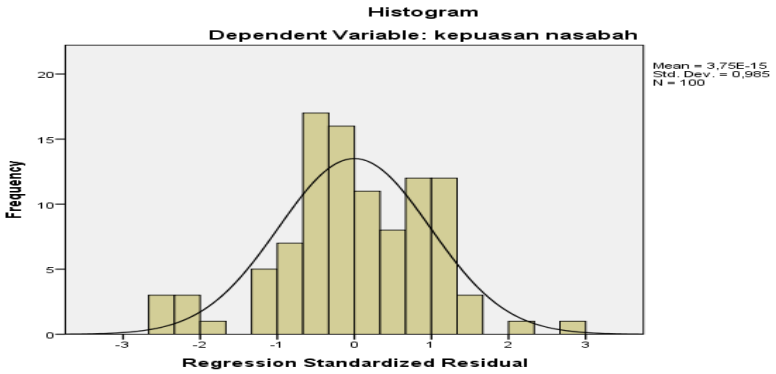
Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa nilai minimum dan maksimum untuk *InternetBanking* adalah sebesar 15 dan 30 dengan nilai rata-rata sebesar 27,10 serta standar deviasi sebesar 2,866. Nilai minimum dan maksimum untuk *MobileBanking* adalah sebesar 25 dan 40 dengan nilai rata-rata sebesar 34,10 serta standar deviasi sebesar 5,028. Nilai minimum dan maksimum untuk *ATM* adalah sebesar 30 dan 50 dengan nilai rata-rata sebesar 42,50 serta standar deviasi sebesar 7,140. Nilai minimum dan maksimum untuk Kepuasan Nasabah adalah sebesar 14 dan 20 dengan nilai rata-rata sebesar 17,74 serta standar deviasi sebesar 2,168.

8. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji 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 menggunakan histogram normalitas, normal P-P Plot dan non-parametik Kolmogrov-Smirnov. Hasil pengujian histogram normalitas dapat dilihat pada gambar 6 berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Histogram Normalitas



Sumber data: DataPrimer diolah, Juli 2021

Hasil dari grafik Histogram pada gambar 6 menunjukkan grafik histrogram yang memberikan distribusi normal. Semakin histogram berbentuk lonceng maka data dikatakan normal.

b. Uji Multikolinierotas

Uji multikollinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi masalah multikollinearitas. Hasil perhitungan data diperoleh nilai VIF sebagai berikut :

Tabel 4.3: Hasil Uji Multikollinearitas

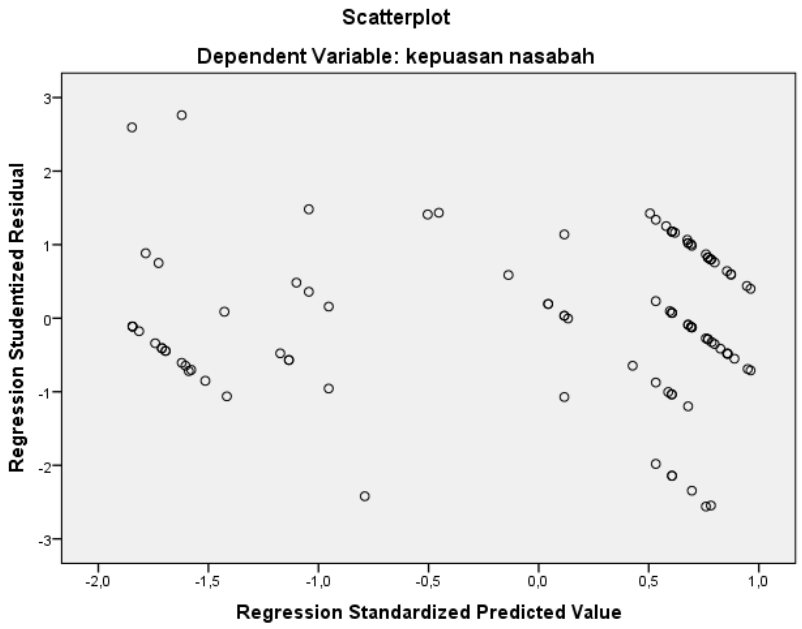
Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
InternetBanking	4,095	0,244	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
MobileBanking	8,986	0,111	Tidak terjadi gejala multikolonieritas
ATM	9,199	0,109	Tidak terjadi gejala multikolonieritas

Sumber data: DataPrimer diolah, Juli 2021

c. Uji Heterokedastisitas

Untuk melihat hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot dalam penelitian ini, berikut peneliti sajikan gambar 4.3.

Gambar 4.3.: Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber data: Data Primer diolah, Juli 2021

Berdasarkan gambar 4.3., grafik scatterplot menunjukkan bahwa data tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi. Sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan Nasabah berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *ATM*.

9. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.Hasil analisis regresi linier berganda berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS sebagaimana disajikanpada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.4: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	4,707	,957		4,921	,000
InternetBanking	,030	,065	,039	,460	,646
MobileBanking	,178	,055		3,266	,002
ATM	,145	,039	,477	3,724	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber data: Data Primer diolah, Juli 2021

Berdasarkan Tabel 4.3. dapat diketahui model regresi sebagai berikut:

Y = -0,898 + 0,425X1 + 0,293X2 + 0,209X3 + 0,049X4 + 0,305X5

Adapun interpretasi dari model regresi tersebut adalah sebagai berikut :

1) Koefisien regresi dari variabel *Internet Banking*adalah sebesar 0,030, angka ini menunjukkan bahwa apabila *Internet Banking*dinaikkan sebesar 100%, maka kepuasan akan naik sebesar 3%. Hal ini berarti bahwa *Internet Banking*mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,030.
2) Koefisien regresi dari variabel *Mobile Banking* adalah sebesar 0,178, angka ini menunjukkan bahwa apabila *Mobile Banking* dinaikkan sebesar 100%, maka kepuasan akan naik sebesar 17,8%. Hal ini berarti bahwa *Mobile Banking* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,178.
3) Koefisien regresi dari variabel *ATM* adalah sebesar 0,145, angka ini menunjukkan bahwa apabila *ATM* dinaikkan sebesar 100%, maka kepuasan akan naik sebesar 14,5%. Hal ini berarti bahwa *ATM* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,145.

10. Pembahasan

1) Pengaruh *InternetBanking*, *MobileBanking*, dan *ATM* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel Internet Banking, Mobile Banking, dan ATM secara keseluruhan sangat berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan nasabah. Kesimpulan ini didapat dari nilai F hitung pada Tabel 4.10 sebesar 155,112 yang lebih besar dari nilai F tabel 2,70. dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,829 atau 82,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Internet Banking, Mobile Banking, dan ATM mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 82,9%, sementara sisanya sebesar 17,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadana 2019:79) bahwa variabel Kualitas Mobile Banking, Internet Banking, dan Fasilitas ATM secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Iskandar Muda Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F hitung yang menunjukkan bahwa F hitung pada kolom (F) adalah sebesar F hitung (24.954) > F tabel (2,70) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Berdasarkan nilai R-Square menunjukan sebesar 0,438 atau 43,8%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Mobile Banking, Internet Banking, dan Fasilitas ATM secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

2) Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel Internet Banking secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kesimpulan ini didapat dari nilai t hitung pada Tabel 4.9 sebesar 0,460 yang lebih kecil dari nilai t tabel 1,985 dan signifikan (0, 646) > 0,05. Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,030 atau 3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Internet Banking mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 3%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadana 2019:83) bahwa variabel Kualitas Internet Banking berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, dengan t hitung (4,213) > t tabel (1,660) dan signifikan (0,000) < 0,05. Berdasarkan nilai R-Square menunjukan sebesar 0,616 atau 61,6%. Artinya, jika variabel Internet Banking ditingkatkan satu maka kepuasan nasabah

akan meningkat secara signifikan sebesar 61,6%.

3) Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel Mobile Banking secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kesimpulan ini didapat dari nilai t hitung pada Tabel 4.9 sebesar 3,266 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,985 dan signifikan (0,002) < 0,05. Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,178 atau 17,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Mobile Banking mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 17,8%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadana 2019:80) bahwa variabel Kualitas Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, dengan t hitung (2,348) > t tabel (1,660) dan signifikan (0,021) < 0,05. Berdasarkan nilai R-Square menunjukan sebesar 0,247 atau 24,7%. Artinya, jika variabel Kualitas Mobile Banking ditingkatkan satu maka kepuasan nasabah akan meningkat secara signifikan sebesar 24,7%.

4) Pengaruh ATM terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis ini adalah variabel ATM secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kesimpulan ini didapat dari nilai t hitung pada Tabel 4.9 sebesar 3,724 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,985 dan signifikan (0,000) < 0,05. Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,145 atau 14,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel ATM mampu menjelaskan variabel kepuasan sebesar 14,5%, sementara sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmadana 2019:87) bahwa variabel Fasilitas ATM berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah, dengan t hitung (3,404) > t tabel (1,660) dan signifikan (0,001) < 0,05. Berdasarkan nilai R-Square menunjukan sebesar 0,588 atau 58,8%. Artinya, jika variabel Fasilitas ATM ditingkatkan satu maka kepuasan nasabah akan meningkat secara signifikan sebesar 58,8%.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diujikan dengan model analisis regresi linear berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut, Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Internet Banking, Mobile Banking,* dan *ATM* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini diperoleh nilai Fhitung sebesar 155,112 dengan nilai sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel dan nilai sig. lebih kecil dari 0,05 Dengan demikian hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, maka dapat dikatakan bahwa variabel layanan *Internet Banking* (X1), *Mobile Banking* (X2), dan *ATM* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 82,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking, Mobile Banking,* dan *ATM* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas layanan variabel *Internet Banking, Mobile Banking,* dan *ATM* maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada bank BSI KCPalembang Simpang Patal.

Saran

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

1. Disarankan kepada Bank Syariah Indonesia KC Palembang Simpang Patal agar tetap menjaga kepuasan nasabah, harus bisa memberi pelayanan yang lebih baik pada nasabah dan 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.
2. 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 dan menguji ulang kembali variabel yang telah diteliti sehingga memperbaiki variabel yang tidak berpengaruh menjadi berpengaruh

E. REFERENSI

Alhusain, A. S. (2021). Bank Syariah Indonesia: Tantangan Dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional. *Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, *8*(3), 1 dan 5.

Apriliani, F. dkk. (2014). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya*, *17*(1), 2.

Aravik, H., & Hamzani, A. I. (2021). *Etika Perbankan Syariah: Teori dan Implementasi*. Deepublish.

Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonoi Islam*, *2*(3), 7.

Mainata, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Performa Automatic Teller Machine (ATM) Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Tenggarong Seberang. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, *13*(2), 3. https://doi.org/10.35931/aq.v3i2.167

Marginingsih, R. (2020). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile Di Kota Depok). *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *7*(1), 8. https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7475

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

Supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Andi Offset.

Winata, V. P. dkk. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. *Jurnal Ekonomika Syariah*, *2*(2), 8.