

**ARTICLE TITLE THE EFFECT OF BANKING DIGITALIZATION
THROUGH SELF SERVICE TECHNOLOGY ON UNISMA STUDENT
SATISFACTION IN USING SHARIA DIGITAL BANK SERVICES
(Case Study on 2018 and 2019 FEB UNISMA Students)**

**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE
TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA UNISMA DALAM
PENGUNAAN LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2018 dan 2019)**

Melinda Ramadhanti*, Noor Shodiq, M. Cholid Mawardi*****

21001083041@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

ABSTRAK:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menilai pengaruh Self Service Technology Yang meliputi Automatic Teller Machine / ATM (X₁), Internet Banking (X₂), Mobile Banking (X₃) terhadap kepuasan mahasiswa (Y), baik secara parsial maupun simultan (Y). Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2018 dan 2019 dan Mahasiswa yang menggunakan minimal satu layanan Self-Service Technology (SST). Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Sampel dalam penelitian sebanyak 95 responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kemudian dilakukan analisis menggunakan model statistik parametrik regresi linier berganda. Uji F dan uji t juga dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel independen baik secara simultan maupun parsial terhadap Kepuasan Mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah

Kata Kunci: Self-Service Technology (SST), Kepuasan Mahasiswa, Bank Syariah, Layanan Digital

ABSTRACT:

This study aims to determine and assess the effect of Self Service Technology which includes Automatic Teller Machine/ATM (X₁), Internet Banking (X₂), Mobile Banking (X₃) on student satisfaction (Y), either partially or simultaneously (Y). Respondents in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang class of 2018 and 2019 and students who used at least one Self-Service Technology (SST) service. The sampling technique used is purposive sampling. The sample in the study was 95 respondents. This study uses quantitative research with data collection techniques using questionnaires. Then the analysis was carried out using a multiple linear regression parametric statistical model. F-test and t-test were also carried out in this study to determine the effect of variables both simultaneously and partially on users of Islamic bank digital services

Keywords: Self-Service Technology (SST), Students, Islamic Banks, Digital Services

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan di era globalisasi saat ini semakin ketat yang ditandai dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi di kalangan masyarakat dan dengan semakin cepatnya perkembangan teknologi akan memberikan pengaruh yang besar pada segala aspek kehidupan manusia. Kemajuan teknologi yang didorong oleh revolusi internet telah merubah wajah industri jasa keuangan yang mengarah pada perubahan layanan keuangan elektronik perubahan layanan ini terlihat pada hampir semua bentuk layanan keuangan seperti perbankan, asuransi maupun perdagangan saham dilakukan dengan memanfaatkan Media elektronik seperti internet dan World Wide Web (Rumondang et al., 2019).

Peran Teknologi Informasi menjadi aspek yang sangat penting mengingat semakin tinggi penggunaan perangkat gawai (*mobile device*) dan komputer sebagai media transaksi keuangan. Penggunaan Teknologi Informasi tersebut dapat dilakukan oleh Bank baik dengan pengembangan infrastruktur pendukung secara mandiri maupun melalui kerja sama dengan mitra Bank. Dengan memanfaatkan Teknologi Informasi, Bank diharapkan dapat memberikan layanan kepada nasabah

tanpa batasan tempat dan waktu, serta dengan biaya seminimal mungkin yang memberikan kenyamanan maksimal kepada nasabah sesuai dengan preferensi nasabah. Proses pembukaan rekening simpanan, eksekusi transaksi keuangan, hingga penutupan rekening simpanan dapat dilakukan dengan memanfaatkan Teknologi Informasi (Ojk, n.d., 2018).

Saat ini dunia perbankan berlomba-lomba dalam mengembangkan produk maupun layanan berbasis teknologi. Layanan perbankan dengan sentuhan digitalisasi seperti Automatic Teller Machine (ATM), sms banking, internet banking, mobile banking bertujuan untuk meningkatkan pelayanan perbankan untuk kemudahan para nasabahnya. Automatic Teller Machine (ATM), sms banking, internet banking, mobile banking dalam perkembangannya dikenal sebagai Self-Service Technology (SST) di sektor perbankan.

Dalam penggunaan layanan digital masyarakat cenderung menggunakan layanan digital karena lebih mudah dan aman dalam melakukan transaksi secara non tunai dari pada datang secara langsung ke bank. Nasabah terutama mahasiswa dalam penggunaan layanan digital menjadi bagian yang sangat penting untuk kehidupan mahasiswa, saat ini banyak kampus yang bekerja sama dengan bank dalam memudahkan pengelolaan keuangan seperti pembayaran SPP, sehingga mahasiswa tidak perlu datang ke bank langsung dan hanya dengan menggunakan perangkat mobile untuk melakukan transaksi.

Self-Service Technology (SST) merupakan suatu perantara teknologi yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan sendiri pelayanan tanpa tergantung pada karyawan. Konsep Self-Service Technology (SST) dapat muncul di era saat ini karena para pelaku bisnis atau perusahaan menginginkan sebuah hal yang baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. SST dapat diterapkan di semua bidang bisnis selama perusahaan mampu untuk menyediakan apa yang dibutuhkan dalam implementasinya dan teknologinya ada dipasaran (Sasongko, 2020).

Layanan perbankan saat ini berlomba-lomba dalam melakukan transformasi dalam menerapkan teknologi di setiap layanannya kepada nasabah untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah dengan berupaya dalam memberikan kemudahan serta pengalaman terbaik untuk nasabah. Tuntutan kepuasan pelanggan adalah hal yang lumrah dalam dunia bisnis terutama dalam bidang jasa. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan berbanding lurus dengan semakin tingginya tingkatkepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2009). Bank-bank syariah wajib memberi pelayanan yang lebih berkualitas dibandingkan pesaingnya untuk menciptakan kepuasan nasabah. Maka dalam hal ini diharapkan Self-Service Technology (SST) dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah terutama mahasiswa agar dapat memudahkan dalam melakukan transaksi sehari-hari tanpa perlu membuang waktu mengantri ke bank.

Berdasarkan dari uraian diatas, penelitian ini bermaksud untuk lebih mencermati lebih lanjut tentang layanan fasilitas Automatic Teller Machine (ATM), Internet Banking dan Mobile Banking berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Digitalisasi Perbankan

Layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri. Karakteristik Digital Banking adalah nasabah dapat memperoleh informasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi dan penutupan rekening secara mandiri tanpa melibatkan petugas bank, termasuk nasabah dapat memperoleh informasi dan melakukan transaksi di luar produk perbankan seperti layanan nasihat keuangan, informasi investasi, transaksi e-dagang, dan berbagai kebutuhan lainnya dari nasabah dimaksud dengan hanya menggunakan satu channel melalui sarana elektronik/digital bank (Puspitadewi, 2019).

Self Service Technology

Self-service technology secara umum didefinisikan sebagai teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk bertransaksi ataupun melakukan pelayanan secara mandiri seperti halnya layanan yang dilakukan oleh karyawan secara langsung (Meuter et al., 2000). Penggunaan teknologi self-service technology (SST), seperti on-line system, mobile banking

yang biasanya berbasis handphone/gadget (phone banking), internet banking. Penggunaan ATM (Automatic Teller Machine) merupakan strategi suatu bank dalam mempertahankan dan memuaskan pelanggannya yakni nasabah serta untuk menciptakan keunggulan kompetitif sebagai upaya agar mampu bersaing dengan bank lainnya (Wicaksono, 2015).

a. Automatic Teller Machine / ATM

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).

b. Internet Banking

Internet banking merupakan suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi online, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru (Islam et al., 2015).

c. Mobile Banking

Layanan mobile banking bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu sms banking dan internet banking. Terdapat banyak persamaan secara fungsional antara internet banking dan mobile banking. Kedua bentuk teknologi informasi perbankan ini sama-sama berbasis internet (Yusmad, 2018: 79) (Yusmad, 2018:79)

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan tingkatan perasaan seseorang terhadap suatu produk atau jasa setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya, dimana tingkat harapan dijadikan sebagai standar produk yang dinilai (Kurniawan dan Shihab, 2015: 202). Jika produk atau jasa yang dipersepsikan oleh nasabah berada di bawah harapan mereka maka yang terjadi adalah nasabah tersebut akan kecewa. Akan tetapi jika produk atau jasa yang dipersepsikan oleh nasabah terpenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka maka nasabah tersebut akan cenderung menggunakan penyedia jasa itu kembali untuk melakukan transaksi yang sama atau bahkan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada kerabat terdekat (Kotler dan Keller, 2007: 54)

Perbankan Syariah

Perbankan adalah lembaga yang mempunyai peran utama dalam pembangunan suatu negara. Peran ini terwujud dalam fungsi bank sebagai lembaga intermediasi keuangan (financial intermediary institution), yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat (Umam & Utomo, 2017:1).

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dharmawan (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self-Service Technology (SST) Terhadap Perilaku Nasabah Prioritas Khususnya di PT. Bank Bukopin, Tbk. Dari hasil pengujiannya dapat dijelaskan bahwa Nasabah prioritas sebagai bagian pelanggan bank yang memiliki perlakuan khusus dari perbankan secara tidak langsung juga akan berhubungan dengan layanan Self-Service Technology (SST) tersebut maka berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku nasabah prioritas di PT. Bank Bukopin, Tbk.

Marlina dan Bimo (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Layanan dan Kepuasan Nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor. Berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh yang positif penggunaan Digital Banking di BTN Syariah dengan kepuasan nasabah.

Sari et al (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. Berdasarkan hasil analisis data maka dapat

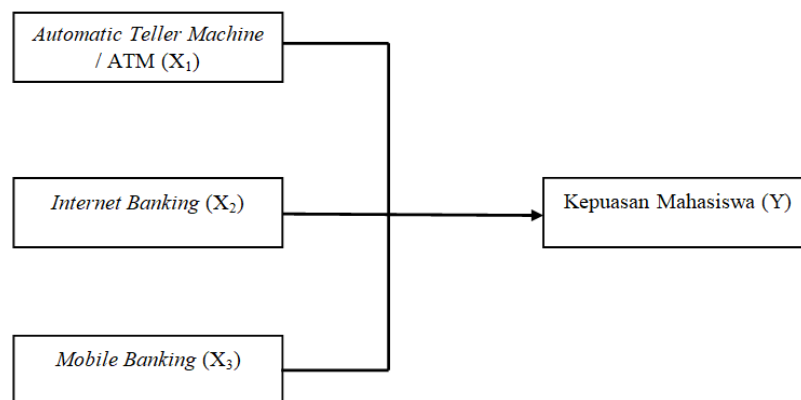
dikemukakan terdapat pengaruh antara etika pemasaran Islam terhadap kepuasan nasabah bank syariah.

Mundir dan Hayati (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. Dari hasil pengujiannya dapat dijelaskan bahwa variabel layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan

Purnama et al (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Peranan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Pengalaman Bertransaksi Online Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Dari hasil pengujian terdapat pengaruh online transaction experience terhadap kepuasan nasabah pada perbankan syariah di Jakarta.

Somadi et al (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Internet Banking*, *Mobile Banking* dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KC Palembang Simpang Patal. Dari hasil pengujiannya dapat dijelaskan bahwa variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan ATM secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua variabel bebas *Automatic Teller Machine / ATM (X₁)*, *Internet Banking (X₂)*, *Mobile Banking (X₃)*, berdasarkan kerangka konseptual di atas. Ada juga variabel terikat yaitu kepuasan Mahasiswa (Y).

Hipotesis Penelitian

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah
- H1a : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *Automatic Teller Machine (ATM)* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah
- H1b : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *Internet Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah
- H1c : Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur seberapa berpengaruh layanan fasilitas Automatic Teller Machine (ATM), Internet

Banking dan Mobile Banking terhadap kepuasan mahasiswa UNISMA pengguna layanan digital bank syariah

Lokasi Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Islam Malang yang berada di Jalan Mayjen Haryono No. 193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. Dan Penelitian ini akan dilaksanakan pada April 2022 sampai dengan selesai

Populasi, Sampel dan Kriteria Responden

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Islam Malang (UNISMA) angkatan 2018 dan 2019 yang sedang menggunakan dan yang telah menggunakan layanan digital bank syariah. Metode sampel pada penelitian ini *purposive sampling* dengan kriteria responden sebagai berikut :

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2018 dan 2019.
2. Mahasiswa yang menggunakan minimal satu layanan *Self-Service Technology* (SST)

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini membedakan antara variabel dependent dan variabel independent, yang masing-masing akan diuraikan seperti dibawah ini:

Variabel Dependent

Variabel dependent dalam pengkajian yaitu Kepuasan Mahasiswa. Kepuasan Mahasiswa adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Indikator instrument pada kepuasan mahasiswa yaitu Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan, Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis, Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilyangkan (Marlina & Bimo, 2018)

Variabel Independent

Dalam penelitian ini, variabel independen dibagi menjadi tiga kategori:

***Automatic Teller Machine* (ATM)**

Automatic Teller Machine (ATM) yaitu alat kasir otomatis tanpa orang, yang ditempatkan didalam atau diluar pekarangan bank, yang sanggup untuk mengeluarkan uang tunai dan menangani berbagai transaksi perbankan yang rutin. Indikator instrument pada *Automatic Teller Machine* (ATM) yaitu Kepraktian dalam pelayanan, Efisien dalam pelayanan, Pengoperasian mesin relatif mudah, dapat melayani selama 24 jam, termasuk hari libur dan memungkinkan mengambil uang lebih dari satu kali dalam sehari, serta terdapat di berbagai tempat yang strategis (Grace, 2017).

Internet Banking

Internet Banking yaitu suatu bentuk pemanfaatan media internet oleh bank untuk mempromosikan dan sekaligus melakukan transaksi *online*, untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Indikator instrument pada *Internet Banking* yaitu persepsi kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, visibilitas, kenikmatan, pengaruh social serta sikap terhadap penggunaan (Safitri, 2018).

Mobile Banking

Mobile Banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Indikator instrument pada *Mobile Banking* yaitu kemudahan transaksi tanpa harus mengunjungi bank / ATM secara langsung. Dalam menggunakan layanan mobile banking ini tentunya nasabah memiliki berbagai alasan tertentu. Baik dalam hal kecepatan akses, akurasi data, keamanan dan juga rasa kepercayaan yang dapat memberikan rasa kepuasan bagi nasabah (Mundir et al., 2021)

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan merupakan data primer, yang berasal dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2018 dan 2019 yang sedang menggunakan dan yang telah menggunakan *automatic teller machine/ ATM, mobile banking dan internet banking* bank syariah yang bersedia dijadikan sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui

kuesioner dengan *skala likert*, dimana responden diminta tanggapannya terhadap pertanyaan yang diajukan.

Metode Analisis Data

Analisis data akan dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul, maka data tersebut dikelompokkan menurut masing-masing variabel beserta indikatornya, kemudian dianalisis secara kuantitatif dan akan dilakukan analisis menggunakan model statistik parametrik Regresi Linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

Analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + E$$

Keterangan :

a = konstanta

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

X_1 = *Automatic Teller Machine* (ATM)

X_2 = *Internet Banking*

X_3 = *Mobile Banking*

E = *error term* (variabel pengganggu) atau residual

Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2016:19) statistik deskriptif digunakan oleh peneliti untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari *range, minimum, maximum, sum, mean*, standar deviasi varian, *skewness* atau kemencengan distribusi dan *kurtosis*.

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghazali (2016:52). Uji validitas dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai *r tabel* yang dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Nilai *r tabel* dihitung dengan menggunakan *df (degree of freedom)* yaitu dengan menggunakan rumus $df = n - k$, dengan *n* adalah jumlah responden dan *k* adalah jumlah variabel independen yang digunakan. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai korelasi *r hitung* > *r tabel*, sebaliknya suatu instrumen dikatakan tidak valid apabila korelasi *r hitung* < *r tabel*

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:158) untuk mengetahui *reliable* atau tidaknya suatu variabel maka dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Dengan kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “reliable”.
- 2) Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,6 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “tidak reliable”.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018:160). Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan melihat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah dengan melihat *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya apabila *Asymp. Sig. (2-tailed)* < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2015:105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerance dan VIF sebagai berikut:

- 1) Nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

- 2) Jika nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas (Prayitno, 2009).
- b. Uji Heteroskedastisitas
- Uji Heteroskedastisitas merupakan suatu varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Adanya uji heteroskedastisitas yaitu bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki ketimpangan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dikatakan model regresi yang baik yaitu seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode *Spearman's rho*. Dengan penjelasan pedoman sebagai berikut: (Purnomo, 2016:125)
1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas
 2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

- a. Uji Simultan (Uji F)
- Menurut (Sugiyono, 2015:192) uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama koefisien variabel bebas memiliki pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan $\alpha = 0,05$ maka dasar pengambilan keputusan sebagai berikut
- 1) Jika signifikan $\geq \alpha = 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - 2) Jika signifikan $\leq \alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Koefisien Determinasi (R²)
- Uji koefisien determinasi (R²), dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2013:95).
- c. Uji t
- Menurut (Sugiyono, 2015:185) uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$ maka cara yang dilakukan sebagai berikut :
- 1) Jika nilai signifikan > 0.05 maka H_0 diterima artinya H_a ditolak.
 - 2) Jika nilai signifikan < 0.05 maka H_0 ditolak artinya H_a diterima.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang sendiri terletak pada lokasi yang strategis di pusat Kota Malang, yakni di MT. Haryono 193 Malang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang memiliki program studi yang telah Terakreditasi A oleh BAN-PT yaitu program studi Manajemen (Nomor : 3898/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/VII/2020) dan Akuntansi (Nomor: 4500/SAK/BAN-PT/Akred/S/XI/2017). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang juga memiliki program studi baru yaitu Perbankan Syariah yang diresmikan pada tahun 2017.

2. Deskripsi Responden

Responden yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 95 responden dengan jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2018 dan 2019 sebanyak 1.879 Mahasiswa. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin.

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Persentase ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{1.879}{1 + 1.879 (0,1)^2}$$
$$n = \frac{1.879}{1 + 1.879 (0,01)}$$
$$n = \frac{1.879}{1 + 18,79}$$
$$n = \frac{1.879}{19,79}$$
$$n = 94,94$$

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus solvin, maka yang akan menjadi sampel penelitian ini sebesar 94,94 yang dibulatkan menjadi 95 responden.

Tabel 4.1

Deskripsi Penyebaran Kuesioner

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Kuesioner yang disebar	100	100%
2.	Kuesioner yang tidak kembali	(0)	(0%)
3.	Kuesioner yang tidak lengkap	(5)	(5%)
4.	Kuesioner yang dapat diolah	95	95%

Sumber : Data diolah 2022

3. Statistik Deskriptif

Berikut adalah analisis deskriptif terhadap variabel-variabel tersebut:

Tabel 4.7

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Automatic Teller Machine	95	2	5	4,53	,331
Internet Banking	95	2	5	4,49	,378
Mobile Banking	95	2	5	4,69	,290
Kepuasan Nasabah	95	3	5	4,70	,311
Valid N (listwise)	95				

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, maka dapat diketahui sebagai berikut:

- Variabel *Automatic Teller Machine* (X1) menunjukkan nilai minimum sebesar 2, maximum sebesar 5, mean sebesar 4,53 dan standar deviasi sebesar 0.331.
- Variabel *Internet Banking* (X2) menunjukkan nilai minimum sebesar 2, maximum sebesar 5, mean sebesar 4,49 dan standar deviasi sebesar 0.378.
- Variabel *Mobile Banking* (X3) menunjukkan nilai minimum sebesar 2, maximum sebesar 5, mean sebesar 4,69 dan standar deviasi sebesar 0.290.
- Variabel *Kepuasan Nasabah* (Y) menunjukkan nilai minimum sebesar 3, maximum sebesar 5, mean sebesar 4,70 dan standar deviasi sebesar 0.311.

Pengujian Instrumen Penelitian
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
a. Uji Validitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Automatic Teller Machine (ATM)</i>	X1.1	0,607	0,2028	Valid
	X1.2	0,416	0,2028	Valid
	X1.3	0,656	0,2028	Valid
	X1.4	0,650	0,2028	Valid
	X1.5	0,611	0,2028	Valid
	X1.6	0,675	0,2028	Valid
	X1.7	0,611	0,2028	Valid
	X1.8	0,615	0,2028	Valid
<i>Internet Banking</i>	X2.1	0,710	0,2028	Valid
	X2.2	0,577	0,2028	Valid
	X2.3	0,622	0,2028	Valid
	X2.4	0,584	0,2028	Valid
	X2.5	0,656	0,2028	Valid
	X2.6	0,682	0,2028	Valid
	X2.7	0,697	0,2028	Valid
	X2.8	0,671	0,2028	Valid
	X2.9	0,717	0,2028	Valid
<i>Mobile Banking</i>	X3.1	0,549	0,2028	Valid
	X3.2	0,528	0,2028	Valid
	X3.3	0,537	0,2028	Valid
	X3.4	0,568	0,2028	Valid
	X3.5	0,631	0,2028	Valid
	X3.6	0,694	0,2028	Valid
	X3.7	0,607	0,2028	Valid
	X3.8	0,662	0,2028	Valid
	X3.9	0,542	0,2028	Valid
<u>Kepuasan Mahasiswa</u>	Y.1	0,628	0,2028	Valid
	Y.2	0,664	0,2028	Valid
	Y.3	0,732	0,2028	Valid
	Y.4	0,719	0,2028	Valid
	Y.5	0,644	0,2028	Valid
	Y.6	0,611	0,2028	Valid

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil uji validitas dari tabel 4.8 di atas, maka dapat diketahui sebagai berikut:

1. Variabel *Automatic Teller Machine (ATM)* (X1) indikatornya mempunyai nilai r_{hitung} dari nilai terendah 0,416 sampai dengan nilai tertinggi 0,675. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,2028) sehingga dapat disimpulkan instrumen pengukur variabel *Automatic Teller Machine (ATM)* valid.

2. Variabel *Internet Banking* (X2) indikatornya mempunyai nilai r_{hitung} dari nilai terendah 0,577 sampai dengan nilai tertinggi 0,717. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,2028) sehingga dapat disimpulkan instrumen pengukur variabel *Internet Banking* valid.
3. Variabel *Mobile Banking* (X2) indikatornya mempunyai nilai r_{hitung} dari nilai terendah 0,528 sampai dengan nilai tertinggi 0,694. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,2028) sehingga dapat disimpulkan instrumen pengukur variabel *Mobile Banking* valid.
4. Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y) indikatornya mempunyai nilai r_{hitung} dari nilai terendah 0,611 sampai dengan nilai tertinggi 0,732. Nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (0,2028) sehingga dapat disimpulkan instrumen pengukur variabel Kepuasan Mahasiswa valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

NO	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	<i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) (X1)	0,740	Reliabel
2.	<i>Internet Banking</i> (X2)	0,832	Reliabel
3.	<i>Mobile Banking</i> (X3)	0,758	Reliabel
4.	Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,751	Reliabel

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa:

1. Pada variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1) diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,740 > 0,6$, maka hasil dari variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) dinyatakan reliabel.
2. Pada variabel *Internet Banking* (X2) diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,832 > 0,6$, maka hasil dari variabel *Internet Banking* dinyatakan reliabel.
3. Pada variabel *Mobile Banking* (X3) diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,758 > 0,6$, maka hasil dari variabel *Mobile Banking* dinyatakan reliabel.
4. Pada variabel Kepuasan Mahasiswa (Y) diperoleh nilai *cronbach alpha* (α) sebesar $0,751 > 0,6$, maka hasil dari variabel Kepuasan Mahasiswa dinyatakan reliabel.

2. Uji Normalitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters(a,b)	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61662819
Most Extreme Differences	Absolute	,102
	Positive	,069
	Negative	-,102
Kolmogorov-Smirnov Z		,997
Asymp. Sig. (2-tailed)		,273

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan hasil pengujian normalitas distribusi data seperti pada Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian secara keseluruhan didapatkan nilai Kolmogorov-Smirnov Z

sebesar 0,997 dengan sig.K-S sebesar $0,273 > \alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

NO	Variabel Bebas	Nilai		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1.	<i>Automatic Teller Machine (ATM) (X1)</i>	0,829	1,206	Bebas dari multikolinieritas
2.	<i>Internet Banking (X2)</i>	0,639	1,564	Bebas dari multikolinieritas
3.	<i>Mobile Banking (X3)</i>	0,648	1,542	Bebas dari multikolinieritas

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwasanya:

- Pada variabel *Automatic Teller Machine (ATM) (X1)* nilai VIF sebesar 1,206 < 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,829 > 0,10 yang artinya variabel *Automatic Teller Machine (ATM)* terbebas dari multikolinieritas.
- Pada variabel *Internet Banking (X2)* nilai VIF sebesar 1,564 < 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,639 > 0,10 yang artinya variabel *Internet Banking* terbebas dari multikolinieritas.
- Pada variabel *Mobile Banking (X3)* nilai VIF sebesar 1,542 < 10 dan nilai *tolerance* sebesar 0,648 > 0,10 yang artinya variabel *Mobile Banking* terbebas dari multikolinieritas.

Sehingga berdasarkan penjelasan tersebut dapat di simpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada masing- masing variabel independen.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Heterokedastisitas

No	Variabel Bebas	Sig.	Keterangan
1.	<i>Automatic Teller Machine (ATM) (X1)</i>	0,933	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
2.	<i>Internet Banking (X2)</i>	0,372	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
3.	<i>Mobile Banking (X3)</i>	0,661	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.12 pada variabel *Automatic Teller Machine (ATM) (X1)* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,933 > 0,05$ dan pada variabel *Internet Banking (X2)* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,372 > 0,05$ dan pada variabel *Mobile Banking (X3)* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,661 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking* pada uji ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.13
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,212	1,766		6,917	,000
	Automatic Teller Machine	,122	,040	,249	3,070	,003
	Internet Banking	,127	,035	,331	3,588	,001
	Mobile Banking	,156	,046	,311	3,395	,001

a Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dijelaskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 12,212 + 0,122 X_1 + 0,127 X_2 + 0,156 X_3 + e$$

(Sig. 0,003) (Sig. 0,001) (Sig. 0,001)

Berdasarkan model persamaan regresi linier berganda diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai a sebesar 12,212 merupakan konstanta saat variabel Kepuasan Mahasiswa belum dipengaruhi oleh variabel yang lainnya yaitu variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) (X_1), *Internet Banking* (X_2) dan *Mobile Banking* (X_3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel Kepuasan Mahasiswa tidak mengalami perubahan.
2. Nilai koefisien regresi (b_1) yaitu sebesar 0,122 menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Mahasiswa
3. Nilai koefisien regresi (b_2) yaitu sebesar 0,127 menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking* mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Mahasiswa.
4. Nilai koefisien regresi (b_3) yaitu sebesar 0,156 menunjukkan bahwa variabel *Mobile Banking* mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Mahasiswa Kepuasan.

Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80,379	3	26,793	30,802	,000(a)
	Residual	79,157	91	,870		
	Total	159,537	94			

a Predictors: (Constant), Mobile Banking, Automatic Teller Machine , Internet Banking

b Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh hasil bahwa nilai F sebesar 30,802 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 5\%$ (0,05) maka H_0 ditolak, artinya variabel independen yaitu *Automatic Teller Machine* (ATM), *Internet Banking* dan *Mobile Banking* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Mahasiswa.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710(a)	,504	,487	,93266

a Predictors: (Constant), Mobile Banking, Automatic Teller Machine , Internet Banking

b Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui uji koefisien korelasi bahwa nilai signifikan adalah $< 0,00$ maka dalam interval koefisien dikatakan korelasi antara variabel dengan nilai $r\ square = 0,504$ artinya terdapat hubungan yang sedang antara variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1), *Internet Banking* (X2) dan *Mobile Banking* (X3) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y). Sedangkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,487 atau 48,7 %. Hasil ini menunjukkan bahwa Kepuasan Mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1), *Internet Banking* (X2) dan *Mobile Banking* (X3) sebesar 48,7 % sedangkan sisanya sebesar 51,3% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

c. Uji t

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,212	1,766		6,917	,000
	Automatic Teller Machine	,122	,040	,249	3,070	,003
	Internet Banking	,127	,035	,331	3,588	,001
	Mobile Banking	,156	,046	,311	3,395	,001

a Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.16 uji t dapat di simpulkan bahwasanya:

1. Pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap Kepuasan Mahasiswa
 Variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1) dengan nilai sign 0.003 lebih kecil dari alpha 5% (0.05) dan nilai t hitung 3,070 lebih besar dari t tabel (2,368) maka H0 ditolak dan H1a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y). Semakin tinggi kualitas layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) maka semakin meningkat pula kepuasan Mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharmawan (2018), Somadi et al (2021) yang menjelaskan bahwasanya dalam penelitian tersebut layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) dapat mempengaruhi kepuasan Mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah secara positif dan signifikan.
2. Pengaruh *Internet Banking* terhadap Kepuasan Mahasiswa
 Variabel *Internet Banking* (X2) dengan nilai sign 0.001 lebih kecil dari alpha 5% (0.05) dan nilai t hitung 3,588 lebih besar dari t tabel (2,368) maka H0 ditolak dan H1a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Internet Banking* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y). Semakin tinggi kualitas layanan *Internet Banking* maka semakin meningkat pula kepuasan Mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharmawan (2018), Somadi et al (2021) yang menjelaskan bahwasanya dalam penelitian tersebut layanan *Internet Banking* dapat mempengaruhi kepuasan Mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah secara positif dan signifikan.
3. Pengaruh *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Mahasiswa
 Variabel *Mobile Banking* (X3) dengan nilai sign 0.001 lebih kecil dari alpha 5% (0.05) dan nilai t hitung 3,395 lebih besar dari t tabel (2,368) maka H0 ditolak dan H1a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Mobile Banking* (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y). Semakin tinggi kualitas layanan *Mobile Banking* maka semakin meningkat pula kepuasan Mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharmawan (2018), Somadi et al

(2021), Mundir et al (2021) yang menjelaskan bahwasanya dalam penelitian tersebut dijelaskan layanan *Mobile Banking* dapat mempengaruhi kepuasan Mahasiswa untuk menggunakan layanan digital bank syariah secara positif dan signifikan.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking* terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang dalam penggunaan layanan digital bank syariah. Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya variabel independen yaitu Automatic Teller Machine (ATM) (X1), Internet Banking (X2) dan Mobile Banking (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Mahasiswa (Y) dengan nilai signifikan dari hasil uji simultan (uji F) sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel Automatic Teller Machine (ATM) didapatkan t hitung sebesar 3,070 dengan nilai signifikansi 0.003. Karena nilai signifikan $< 0,05$ maka H1 diterima. Artinya, Automatic Teller Machine (ATM) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel Internet Banking didapatkan t hitung sebesar 3,588 dengan nilai signifikansi 0.001. Karena nilai signifikan $< 0,05$ maka H1 diterima. Artinya, Internet Banking berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.
4. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel Mobile Banking (X3) didapatkan t hitung sebesar 3,395 dengan nilai signifikansi 0.001. Karena nilai signifikan $< 0,05$ maka H1 diterima. Artinya, Mobile Banking (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti Etika pemasaran (Sari et al 2019), Peningkatan Layanan (Marlina dan Bimo 2018), Perilaku Nasabah (Dharmawan 2018).
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan ruang lingkup yang lebih luas misalnya meneliti dengan ruang lingkup Universitas, Fakultas lain, Masyarakat, agar hasil riset yang didapatkan mendapatkan daya generalisasi yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmawan, S. (2018). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Selfservice Technology (Sst) Terhadap Perilaku Nasabah Prioritas. *Jurnal.Unej.Ac.Id*. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/download/9217/6171>
- Ghozali, I. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 22. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2016. Aplikasi Mutivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Grace, D. (2017). Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 3(1), 39–50.
- Islam, E., Ekonomi, F., Universitas, I., Pos, K., Perbankan, J., Fakultas, S., Islam, E., & Djuanda, U. (2015). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP INTERNET BANKING FACTORS AFFECTING THE INTERESTS OF CUSTOMERS OF INTERNET BANKING Mislah Hayati Nasution*. 1, 62–73.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2.

- Terjemahan oleh Benyamin Molan. 2007. Jakarta: Indeks
- Kurniawan, Iskawanto dan Muchsin S. Shihab. 2015. Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Hubungan terhadap Kepuasan Nasabah serta Implikasinya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol. 13 No. 2: 199-216
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14. <https://doi.org/10.32832/inovator.v7i1.1458>
- Meuter, M.L., Ostrom, A.L., Rounders, R.I., and Bitner, M.J. 2000. "Self-service technologies: understanding customer satisfaction with technology-based service encounters". *Journal of Marketing*. Vol. 64: 50-64.
- Mundir, A., Islam, L. H.-M. J. E., & 2021, undefined. (2021). Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syari'ah KCP Malang Pandaan Kabupaten Pasuruan. *Jurnal.Yudharta.Ac.Id*, 12(2), 243–256. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i2.2668>
- Ojk. (n.d.). *Penjelasan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum*. [https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Perbankan-Digital-oleh-Bank-Umum/POJK 12-2018.pdf](https://www.ojk.go.id/id/regulasi/Documents/Pages/Penyelenggaraan-Layanan-Perbankan-Digital-oleh-Bank-Umum/POJK%2012-2018.pdf)
- Prayitno, D. (2009). *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. ANDI.
- Purnama, S., Sukmasari, A., Panjaitan, D. R., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2021). SEBAGAI VARIABEL MODERASI DALAM HUBUNGAN PENGALAMAN BERTRANSAKSI ONLINE TERHADAP KEPUASAN NASABAH PERBANKAN *Digilib.Esaunggul.Ac.Id*, 12, 68. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-20336-11_1458.pdf
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Puspitadewi, I. (2019). Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas Dan Produktivitas Kerja Pegawai. *Manajemen Dan Bsns Indonesia*, 5(2), 247–258.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Effendy, F., Simarmata, J., & Agustin, T. (2019). *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*.
- Safitri, F. N. E. (2018). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN INTERNET BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK NEGARA INDONESIA PERSERO TBK KC MADIUN*.
- Sari, R. P., Kosim, A. M., & Arif, S. (2019). Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 131. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.452>
- Sasongko, J. (2020). *Self Service Technology Jadi Solusi Alternatif di Tengah Pandemi*. <https://www.sonora.id/read/422411039/self-service-technology-jadi-solusi-alternatif-di-tengah-pandemi>
- Somadi, M., Havis, A., & Choirunnisak. (n.d.). *PENGARUH INTERNET BANKING, MOBILE BANKING DAN ATM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSI KC PALEMBANG SIMPANG PATAL M*. 40(2), 82–96.
- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Umam, K., & Utomo, S. B. (2017). *Perbankan Syariah:Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Rajawali Pers.
- Vyctoria. (2013). *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding* (ANDI (ed.)).
- Wicaksono, B. S. (2015). Pengaruh Self-Service Technology Terhadap Kepercayaan , Kepuasan Nasabah , Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 25(2).
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish.

*) **Melinda Ramadhanti** adalah Alumni Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

) **Noor Shodiq adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang

***) **M. Cholid Mawardi** adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang