

## BAB V

### PEMBAHASAN

Peneliti sudah melakukan penelitian secara langsung dengan cara menyebarkan kuesioner yang diajukan kepada para responden yaitu nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. Selanjutnya, peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang peneliti sebarakan dengan menggunakan aplikasi software *IBM SPSS Statistic Versi 22*. Berdasarkan hasil pengolahan statistik, maka dapat dikemukakan dalam penelitian ini yang menjelaskan:

#### **A. Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan hasil dari Uji t variabel *mobile banking*, diperoleh nilai t hitung sebesar  $t_{hitung}$  2,518 dan  $t_{tabel}$  1,991, dan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ . Dan hal ini dibuktikan dari hasil penyebaran angket/kuesioner, dari 91 responden 64 orang memilih jawaban sangat setuju, 55 responden memilih jawaban setuju, dan 8 responden memilih netral. Artinya bahwa disini layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman.

Tinggi rendahnya tingkat kepuasan nasabah dipengaruhi oleh tinggi rendahnya layanan *mobile banking*. Semakin tinggi tingkat layanan *mobile banking* maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin rendah tingkat layanan *mobile banking* maka semakin rendah pula tingkat kepuasan nasabah. Hal ini terbukti dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator *mobile banking* yaitu kecepatan, ketepatan, dan keamanan. Hal ini didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Wahyu Agus Winarno,<sup>74</sup> bahwasanya dengan adanya layanan *mobile banking* tersebut memberikan kemudahan kepada nasabah untuk bisa menjalankan aktivitas perbankannya tanpa ada batas ruang dan waktu, tanpa harus datang langsung ke bank. Selain teori tersebut ada teori lain yang mendukung hasil penelitian ini, yakni teori yang dikemukakan oleh Wiji Nurastuti,<sup>75</sup> bahwa nasabah sangat berminat dengan adanya layanan *mobile banking* ini, dikarenakan layanan ini bisa membuat nasabah melakukan transaksi perbankan dan melihat informasi rekeningnya dengan mudah hanya menggunakan handphone.

Artinya bahwa layanan *mobile banking* adalah fasilitas dari bank di era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi guna memberikan dan menawarkan kemudahan pelayanan bagi nasabah, sehingga kepuasan nasabah dapat diukur atau dilihat dari hasil tanggapan responden. Layanan *mobile*

---

<sup>74</sup> Wahyu Agus Winarno, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang Telah Dimodifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)*, e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29

<sup>75</sup> Wiji Nur Astuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal.130

*banking* ini dapat diakses langsung melalui jaringan seluler/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang sudah disediakan oleh operator telepon seluler yang digunakan oleh nasabah melalui SMS (*Short Message Service*) dan membantu nasabah untuk bertransaksi dengan mudah, aman, nyaman, cepat tanpa harus mengantri lebih lama di bank tersebut.

Setiap bank memiliki caranya masing-masing untuk memasarkan produk dan layanan yang mereka punya. Seperti halnya PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman memiliki kebijakan tersendiri untuk memasarkan produk dan layanannya. Salah satu layanan yang mereka punya adalah layanan *mobile banking*. Strategi yang digunakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman untuk memasarkan layanan *mobile banking* dengan cara menawarkan secara langsung kepada nasabah yang datang untuk melakukan pembukaan rekening tabungan secara online.<sup>76</sup> Setelah proses pembukaan rekening selesai, nantinya nasabah tanpa berlama-lama antri bisa menuju ke *customer service*, selanjutnya *customer service* akan menawarkan layanan *mobile banking* kepada nasabahnya agar lebih memudahkannya dalam proses transaksi perbankan seperti transfer, pembelian pulsa listrik, dan lain sebagainya kecuali penarikan uang secara tunai.

---

<sup>76</sup> Wawancara dengan Bapak Ghani, Branch Manager di PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman pada 20 April 2021

Selain *customer service*, semua bagian dari karyawan bank tersebut juga berperan aktif dalam pemasaran layanan *mobile banking* ini. Misalnya security, di dalam bank security bukan hanya bertugas sebagai penjaga keamanan dalam perusahaan beserta isinya dan mengawasi nasabah ketika melakukan transaksi. Namun security juga memiliki peranan untuk memasarkan produk dan layanan yang dimiliki oleh bank tersebut. Selain itu, teller juga akan melakukan pemasaran untuk setiap produk yang terdapat di banknya. Dari keseluruhan cara pemasaran secara langsung kepada nasabah, PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman juga memasarkan layanan *mobile banking* dengan cara menghubungi nasabah baik nasabah prioritas maupun nasabah biasa untuk ditawarkan layanan *mobile banking*.

Dalam menggunakan *mobile banking* tidak hanya sekedar menggunakan saja, namun menurut teori Murni Anugrah ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjaga keamanan dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*<sup>77</sup>, hal yang harus diperhatikan antar lain:

- a. Nasabah wajib mengamankan PIN *mobile banking*
- b. Nasabah bebas membuat PIN sendiri, namun apabila dirasa PIN kita sudah diketahui orang lain, maka segera melakukan penggantian PIN

---

<sup>77</sup> Murni Anugrah L, Layanan Jasa Perbankan, (Yogyakarta: KTSP, 2018) hal.33

- c. Apabila SIM card GSM hilang, dicuri, atau dipindahtangankan kepada pihak lain, maka harus segera lapor ke provider serta telepon ke *call center* bank tersebut agar segera dilakukan penanganan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yogi Uliansyah<sup>78</sup>, yang bertujuan untuk menguji pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Variabel layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta, variabel keamanan layanan secara statistik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Variabel tambahan biaya layanan *mobile banking* secara statistik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Variabel kemampuan akses layanan *mobile banking* secara statistik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta. Variabel kondisi fasilitas layanan *mobile banking* secara statistik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta.

Penelitian ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pratiwi Kusumaningrum<sup>79</sup>, dalam penelitian ini mengangkat

---

<sup>78</sup> Yogi Uliansyah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, “*Analisis Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta*”, 2017

<sup>79</sup> Pratiwi Kusumaningrum, Universitas Hassanudin, “*Pengaruh Kualitas Jasa Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Makasar*”, 2014

judul “Pengaruh Kualitas Jasa *Mobile Banking* terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Makassar”, yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas jasa *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas jasa *mobile banking* memberikan pengaruh positif dan signifikan, dimana jika terjadi kenaikan pada kualitas jasa *mobile banking*, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Dan dapat diambil kesimpulan bahwasanya ketika layanan *mobile banking* mempunyai tingkat pelayanan yang baik dan dirasa nasabah bisa memperoleh apa yang diinginkan, maka tingkat kepuasan nasabah akan bertambah. Didukung juga dengan adanya merger bank syariah menjadi PT. Bank Syariah Indonesia yang semakin menambah inovasi layanan lebih banyak lagi melalui *mobile banking* ini guna memenuhi kebutuhan nasabah.

## **B. Pengaruh Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah PT.**

### **Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan hasil dari Uji t variabel *internet banking*, diperoleh nilai t hitung sebesar  $t_{hitung} 4,356$  dan  $t_{tabel} 1,991$ , dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dan hal ini dibuktikan dari hasil penyebaran angket/kuesioner, dari 91 responden 61 orang memilih jawaban sangat setuju, 29 responden memilih jawaban setuju, dan 1 responden memilih netral. Artinya bahwa disini layanan *internet banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya layanan

*internet banking* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman.

Tinggi rendahnya tingkat kepuasan nasabah dipengaruhi oleh tinggi rendahnya layanan *internet banking*. Semakin tinggi tingkat layanan *internet banking*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin rendah tingkat layanan *internet banking* maka semakin rendah pula tingkat kepuasan nasabah. Hal ini terbukti dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator *internet banking* yaitu kemudahan, efektivitas, dan efisiensi.

Layanan *internet banking* adalah layanan dari adanya teknologi informasi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah, baik efisiensi, efektifitas dan produktivitas bagi nasabah. Secara umum layanan internet banking ini memberikan informasi mengenai produk dan jasa melalui portalnya yang ada di internet, sehingga memberikan akses kepada nasabah untuk melakukan transaksi secara mandiri dan bisa selalu mengupdate data pribadinya apabila diperlukan.

Dalam Peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI/2007 tahun 2007<sup>80</sup>, yang membahas mengenai penerapan manajemen resiko dalam penggunaan teknologi informasi oleh bank umum, diantaranya:

- a. Penyelenggaraan *internet banking* merupakan aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk

---

<sup>80</sup> Peraturan Bank Indonesia No.9/15/PBI Tahun 2007 tentang Penerapan Manajemen Resiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Oleh Bank Umum

menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan layanan cepat, aman, nyaman, murah, dan tersedia setiap saat, serta dapat diakses dari mana saja dan menggunakan handphone jenis apa saja.

- b. Aplikasi teknologi informasi dalam *internet banking* akan meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas sekaligus meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang jauh lebih efektif daripada bank konvensional.

Selain itu fitur-fitur layanan yang ada dalam *internet banking*, yang bisa dilakukan oleh nasabah diantaranya<sup>81</sup>:

- a. Informasi untuk mengecek saldo
- b. Transfer dana antar bank yang sama
- c. Transfer dana antar bank lain
- d. Pembayaran telepon pasca bayar
- e. Pembayaran internet berlangganan
- f. Pembayaran tagihan listrik
- g. Pembayaran tagiham PAM & PDAM
- h. Pembayaran asuransi
- i. Pembayaran zakat
- j. Pembelian isi ulang pulsa.

---

<sup>81</sup> Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), hal.83



Adanya layanan *internet banking* sangat membantu nasabah, karena layanan ini merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, besar kecilnya layanan *internet banking* akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan teori dari Ahmad Ifham yang menyatakan bahwa *internet banking* memberikan beberapa keuntungan kepada nasabah, diantaranya<sup>82</sup>:

- a. Penggunaannya mudah
- b. Responnya sesuai dengan waktu, transaksinya tercatat secara tepat
- c. Terjaminnya keamanan, menggunakan keamanan berlapis, menggunakan *User ID*, *password*, dan *dynamic password*
- d. Memiliki fleksibilitas yang tinggi, karena level otoritas dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara jarak jauh/remote

Beberapa hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh layanan *internet banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mei Sadatul Chusnia<sup>83</sup>, penelitian ini berjudul “Pengaruh *Internet Banking* dan *SMS Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” yang bertujuan untuk menguji pengaruh layanan

---

<sup>82</sup> Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah!: Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), hal.31

<sup>83</sup> Mei Sadatul Chusnia, *Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, (Tulungagung; Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014)

*internet banking* terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Muammar Arif Setyawan<sup>84</sup> yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Pandanaran Semarang”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan memperoleh bukti atas pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk *internet banking* terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan *internet banking* memberikan pengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen, variabel kualitas produk memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pengguna *internet banking*.

Hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan ini menjawab latar belakang kenapa perlu dilakukan penelitian salah satunya terkait layanan *internet banking*, yang awalnya dari data yang peneliti peroleh menunjukkan bahwa data nasabah pengguna *internet banking* tidak sebanyak dengan nasabah pengguna *mobile banking* dan ATM. Dapat ditarik kesimpulan bahwasanya hal tersebut terjadi karena data pengguna *internet banking* yang peneliti peroleh adalah data pada tahun 2020, sehingga masih minim pengguna internet ini. Namun seiring adanya

---

<sup>84</sup> Muammar Arif Setyawan, Universitas Negeri Semarang, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk *Internet Banking* terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Pandanaran Semarang”, 2015

perubahan dan merger menjadi PT. Bank Syariah Indonesia menjadikan layanan *internet banking* ini semakin diperkuat dan diperbaiki oleh pihak bank agar memberikan kepuasan dan kemudahan pelayanan kepada nasabah, yang bisa diakses kapan saja, dimana saja dan tanpa perlu datang langsung ke bank untuk menjalankan transaksi perbankannya.

### **C. Pengaruh Layanan *Automatic Teller Machine/ATM* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan hasil dari Uji t variabel *internet banking*, diperoleh nilai t hitung sebesar  $t_{hitung} 5,624$  dan  $t_{tabel} 1,991$ , dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dan hal ini dibuktikan dari hasil penyebaran angket/kuesioner, dari 91 responden 63 orang memilih jawaban sangat setuju, 27 responden memilih jawaban setuju, dan 1 responden memilih netral. Artinya bahwa disini layanan *Automatic Teller Machine/ATM* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya layanan *Automatic Teller Machine/ATM* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman.

Tinggi rendahnya tingkat kepuasan nasabah dipengaruhi oleh tinggi rendahnya layanan *Automatic Teller Machine/ATM*. Semakin tinggi tingkat layanan *Automatic Teller Machine/ATM*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin rendah tingkat layanan *Automatic*

*Teller Machine/ATM* maka semakin rendah pula tingkat kepuasan nasabah. Hal ini terbukti dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator *Automatic Teller Machine/ATM* yaitu kemudahan, keamanan, dan fleksibilitas. Layanan *Automatic Teller Machine/ATM* adalah salah satu layanan teknologi sistem informasi yang digunakan oleh bank.<sup>85</sup>

Di era sekarang tidak mungkin nasabah hanya membuka rekening saja tanpa mempunyai kartu ATM. Kartu ATM adalah APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) yang bisa digunakan nasabah untuk melakukan penarikan uang secara tunai atau pemindahan dana, dengan sistemnya setelah transaksi berhasil dilakukan, maka jumlah saldo yang ada di rekening nasabah akan berkurang secara otomatis, namun juga bisa bertambah apabila nasabah melakukan setor tunai melalui mesin ATM.

Apabila ingin menggunakan kartu ATM ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh nasabah, yaitu sebagai berikut<sup>86</sup>:

- a. Apabila kartu hilang atau rusak segera lapor kehilangan atau kerusakan tersebut ke *call center* bank penerbit
- b. Pastikan kartu selalu berada dibawah pengawasan karena sifatnya sama seperti domper pribadi atau uang tunai
- c. Pastikan kartu tidak dipindahtangankan atau dipinjamkan kepada orang lain

---

<sup>85</sup> Tri Hendro dan Conny Tjandra Rahardja, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), hal.4

<sup>86</sup> Murni Anugrah L, *Layanan Jasa Perbankan*, (Yogyakarta: KTSP, 2018), hal.38

- d. Jangan meletakkan kartu dekat dengan benda yang mengandung elektromagnetik atau di atas benda panas
- e. Jangan menginformasikan PIN kepada orang lain karena bersifat pribadi dan rahasia
- f. Kesalahan memasukkan PIN secara berulang akan mengakibatkan kartu tertelan mesin ATM atau terblokir
- g. Tanyakan kepada bank mengenai biaya-biaya dan batas limit transaksi
- h. Simpan slip transaksi sampai kita yakin bahwa transaksi tersebut tidak bermasalah

Hal ini sesuai dengan tujuan awal diterbitkan *Automatic Teller Machine/ATM*, didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Dadang Hosein Sobana<sup>87</sup>, bahwasanya nasabah bisa merasakan manfaat dari penggunaan layanan *Automatic Teller Machine/ATM*, yakni : Melakukan transaksi perbankan dalam bentuk tunai maupun non tunai tanpa harus mendatangi kantor cabang, transaksi tidak dibatasi ruang dan tempat karena layanan ATM online selama 24 jam, tidak perlu menyimpan uang kertas dalam jumlah banyak karena dengan menggunakan ATM bisa melakukan tarik tunai sewaktu-waktu sesuai dengan yang diperlukan, menghemat waktu, mudah, fleksibel dan juga aman.

---

<sup>87</sup> Dadang Hosein Sobana, *Sistem Informasi Manajemen Perbankan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2019), hal.139

Selain manfaat yang dirasakan oleh nasabah, maka pihak bank sendiri juga bisa merasakan manfaat adanya layanan *Automatic Teller Machine/ATM*. Sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Sambiaga Roni<sup>88</sup> menyatakan bahwa manfaat yang bisa diperoleh bagi pihak bank antara lain : Kemampuan dalam menarik nasabah baru lebih banyak untuk menabung dan meningkatkan pendapatan, mendorong nasabah agar lebih aktif menggunakan jasa perbankan, mengurangi antrian nasabah di kantor cabang, membuka peluang munculnya produk dan jasa baru, media promosi serta mengoptimalkan jaringan komunikasi yang ada.

Secara garis besar bahwasanya layanan *Automatic Teller Machine/ATM* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah, karena selain dari pihak nasabah sendiri yang merasa mendapat manfaat, pihak bank pun juga demikian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Yulianto<sup>89</sup>, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah”. Hasil penelitian dengan metode uji analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

---

<sup>88</sup> Sambiaga Roni, *Sistem Keamanan ATM (Automated Teller Machine/Anjungan Tunai Mandiri)*, (Bandung: Fakultas Teknik Informatika ITB, 2009)

<sup>89</sup> Tri Yulianto, Universitas Muhammadiyah Semarang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah”, 2015

Dari hasil penelitian yang peneliti sudah lakukan, ditarik kesimpulan bahwa pengguna layanan *Automatic Teller Machine/ATM* lebih banyak dibandingkan dengan pengguna *mobile banking* dan *internet banking*. Dikarenakan ketika membuka rekening secara otomatis juga akan mendapatkan fasilitas layanan *Automatic Teller Machine/ATM* sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dan juga nasabah. Dan layanan ini juga sangat berpengaruh karena merupakan layanan yang paling banyak digunakan, nasabah pasti tetap menggunakan layanan *Automatic Teller Machine/ATM* ini meskipun juga sudah menggunakan layanan *mobile banking* atau *internet banking*.

**D. Pengaruh Layanan *Mobile Banking*, *Internet Banking*, *Automatic Teller Machine/ATM* Secara Bersama-sama Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh hasil bahwa nilai dari  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan tertentu. Dapat dilihat dari hasil Uji F diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 46,996 dengan nilai signifikansi 0,000 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,71 dan dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05. Maka nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $46,996 > 2,71$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya layanan *mobile banking*, *intrenet banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan

nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. Bahwa apabila layanan *mobile banking*, *intrenet banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* semakin memenuhi keinginan dari nasabah, maka kepuasan dari nasabah akan meningkat. Dan begitu pula sebaliknya, apabila layanan *mobile banking*, *intrenet banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* tidak sesuai dengan keinginan nasabah, maka kepuasan nasabah akan menurun.

Hal ini dibuktikan dari hasil penyebaran angket/kuesioner, dari 91 responden 81 orang memilih jawaban sangat setuju dan 10 responden memilih jawaban setuju. Artinya bahwa disini layanan *mobile banking*, *intrenet banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM* sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga nasabah merasa puas dengan layanan yang tersedia.

Hasil dari penelitian di atas didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Fauziah<sup>90</sup> bahwa yang disebut sebagai nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang dipercayainya. Berkaitan dengan teori tersebut, salah satu tujuan utama lembaga perbankan dalam hal ini adalah meningkatkan jumlah nasabahnya baik secara kuantitas maupun kualitas. Artinya bahwa secara kuantitas jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas berarti nasabah yang didapat adalah nasabah yang

---

<sup>90</sup> Fauziah, *Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis Reengineering*, 1998 (Dalam skripsi Mei Sadatul Chusna: 2014



produktif dan mampu memberikan laba rugi bagi bank tersebut. Sedangkan menurut teori Nur Rianto<sup>91</sup> menjelaskan bahwa untuk mencapai hasil yang diharapkan oleh pihak bank, maka bisa dilakukan dengan memberikan kepuasan pelayanan terhadap nasabah. Hasil penilaian nasabah terhadap apa yang telah didapat dari membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa yang kemudian dari hal tersebut dibandingkan dengan kinerja yang sudah diterimanya.

Philip Kotler mengatakan bahwa<sup>92</sup> kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan, antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi keinginan nasabah diaplikasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan dari :

- a. Dimensi produk, meliputi *care product, basic product, 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

---

<sup>91</sup> Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal.192

<sup>92</sup> Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, (New Jersey: Prantice Hall, 2000), hal.36

hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah

- c. Layanan purna jual dan keluhan meliputi *customer service* dan petugas *call center*

Dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, ada dua bentuk pelayanan, hal ini sesuai dengan teori Herry Buchory dan Djasmin Saladin, yaitu<sup>93</sup>:

- a. Material, yang meliputi : gedung yang megah, layout ruangan yang tertata rapi, ruang tunggu yang bersih dan nyaman, ruang toilet yang bersih, ruang mushola yang bersih dan nyaman, penampilan pegawai bank yang professional, mesin ATM yang selalu online, serta sarana dan prasarana yang lengkap
- b. Immaterial, yang meliputi : ramah, sopan, tanggap dan akbra, pelayanan yang hangat, merasa dihormati dan diperlakukan dengan baik, merasa senang dengan pelayanan pegawai

Sehingga dari pemaparan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan nasabah tergantung dengan persepsi yang dirasakan oleh setiap individu. Sehingga menyebabkan kepuasan antara satu individu dengan individu yang lainnya tidak sama. Akan tetapi secara umum kepuasan konsumen atau nasabah timbul dari produk yang berkualitas, harga yang

---

<sup>93</sup> Herry Buchory dan Djasmin Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006), hal.115-116

tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas, serta kemudahan dalam mendapatkan produk.

Hasil penelitian ini didukung dengan teori dari A. Usmara<sup>94</sup> yakni agar kepuasan nasabah bisa tercipta maka manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan nasabah. Karena dengan terciptanya kepuasan nasabah tersebut, dapat meningkatkan hubungan kemitraan antara lembaga keuangan dengan nasabah yang pada akhirnya bisa menciptakan loyalitas nasabah, sehingga nantinya mampu meningkatkan reputasi lembaga keuangan syariah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah atau pelanggan menurut Kotler dan Kevin Lane Keller, yaitu<sup>95</sup>

- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitif dengan harga, harga murah adalah sumber kepuasan penting karena produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

---

<sup>94</sup> A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2003), hal.94

<sup>95</sup> Zuliatin, *Pengaruh Personal Selling, Direct Selling, dan Hubungan Masyarakat Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Kasus BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro Blitar*, Jurnal Ekonomi Syariah An-Nisbah, Vol.03, No.01, 2016, hal.97

- c. Kualitas pelayanan (*service quality*), pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan
- d. Faktor emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi social atau selfesteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merk tertentu
- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung merasa puas terhadap suatu jasa atau produk tersebut.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah sendiri ada beberapa teknik pengukuran yang digunakan, menurut Kasmir ada empat, yaitu<sup>96</sup>: 1) dengan menggunakan sistem keluhan dan usulan, artinya seberapa banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam satu periode. 2) melakukan survey secara berkala, baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini. 3) konsumen samaran, dalam hal ini bank dapat mengirimkan karyawannya atau melalui orang lain untuk

---

<sup>96</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), hal.240

berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan karyawan bank secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya. 4) analisis mantan pelanggan, dilakukan dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank sebelumnya. Metode yang paling banyak digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah atau pelanggan adalah dengan menggunakan metode survey. Fandi Tjiptono mengemukakan teori beberapa acuan yang dijadikan konsumen ataupun nasabah untuk mengevaluasi jasa<sup>97</sup> yaitu :

- a. Bukti langsung (*tangible*) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, sarana dan prasarana
- b. Keandalan (*reability*) yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan bersifat memuaskan
- c. Daya tanggap (*responsiveness*) yakni kegiatan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
- d. Jaminan (*assurance*) yang meliputi kemampuan, kesopanan, dan sifat bisa dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan

---

<sup>97</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasarana*, (Yogyakarta: ANDI, 1997) hal.35-36

- e. Empati (*emphaty*) yakni kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sehingga dapat disimpulkan, dari hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa ketiga variabel (*mobile banking, internet banking, dan ATM*) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman. Peningkatan ini dikarenakan semakin hari pengguna internet kian bertambah, keinginan dan kebutuhan nasabah juga sangat bervariasi, semenjak pandemic juga menjadi faktor dimana nasabah tetap ingin melakukan transaksi perbankan tetapi dengan cara yang lebih mudah dan lebih cepat. Terlebih dengan termerngernya bank menjadikan pihak bank tetap berupaya dan berinovasi memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.