

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### **A. Pengaruh Variabel Layanan *Internet Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.**

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diketahui bahwa nilai internet banking t hitung sebesar 2,207 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikan 0,030 lebih kecil dari alpha 0,05. Karena nilai t-hitung > t-tabel ( $2,207 > 1,984$ ) dan signifikansi  $0,030 < 0,05$ , Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menunjukkan bahwa layanan *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Untuk nilai signifikan *internet banking* lebih kecil dari probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa **menolak H0 dan menerima H1** yang artinya layanan *internet banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.

Tinggi rendahnya 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 dibuktikan dengan adanya tanggapan responden yang menyatakan setuju terhadap indikator *internet banking* yaitu informasi saldo, transfer dana antar bank, transfer dana bank lain, pembayaran telepon, pembayaran internet berlangganan, pembayaran tagihan listrik, pembayaran

PAM & PDAM, pembayaran asuransi, pembayaran zakat, dan pembelian isi pulsa.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratnaningsih dan Alifiana Ahmad<sup>81</sup> dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Layanan Internet Banking Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bri Cabang Rajawali Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Internet banking positif dan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Mei Sadatul Chusna<sup>82</sup>, dengan judul “*Pengaruh Layanan Elektronik Banking (E-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*”. Hasil penelitian menghasilkan analisis sebagai berikut, secara bersama-sama dengan tingkat signifikansi 5% menunjukkan variabel Internet banking dan SMS banking berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah pada BNI Syariah KCP Tulungagung. Adapun variabel Internet banking positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah, sedangkan SMS banking negatif dan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Tetapi menurut saya pada hasil penelitian Ratnaningsih dan Alifiana Ahmad mengutarakan bahwa tidak semua variable berpengaruh terhadap

---

<sup>81</sup> Ratnaningsih dan Alifiana Ahmad, “*Pengaruh Strategi Pemasaran, Layanan E-Banking Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. BRI Cabang Rajawali Surabaya*”, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Volume 6, Nomor 1, Mei 2021, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

<sup>82</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)

kepuasan nasabah, contohnya pada strategi pemasaran tidak begitu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, ini dikarenakan Variabel Strategi Pemasaran ( $X_1$ ) menunjukkan nilai sig. 0,155 dimana nilai sig. lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 sehingga variabel strategi pemasaran ( $X_1$ ) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) secara parsial, sedangkan Variabel Layanan E-banking ( $X_2$ ), berdasarkan Uji t, variabel Layanan E-banking ( $X_2$ ) memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan nasabah. Variabel  $X_2$  menunjukkan nilai sig. 0,002 dimana nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai  $0,002 > 0,05$ .

#### **B. Pengaruh Variabel Layanan *Mobile Banking* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar**

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diketahui bahwa nilai mobile banking t hitung sebesar 2,953 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikan 0,004 lebih kecil dari alpha 0,05. Karena nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $2,207 > 1,984$ ) dan signifikansi  $0,030 < 0,05$ . Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Untuk nilai signifikan *mobile banking* lebih kecil dari probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa **menolak  $H_0$  dan menerima  $H_2$**  yang artinya layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.

Tinggi rendahnya 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. Dalam menilai *mobile banking* yang dilakukan oleh Bank Syariah berupa registrasi *mobile banking*, unregistrasi *mobile banking*, ubah password *mobile banking*, ubah PIN *mobile banking*, menambah/menghapus nomor kartu, informasi saldo, transfer dana antar Bank, histori transaksi terakhir, informasi kurs, dan informasi produk sudah dianggap baik terbukti adanya pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya *mobile banking* akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya kepuasan nasabah. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah termasuk *mobile banking* yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban dan Muhammad Iqbal<sup>83</sup>, yang berjudul “*Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *mobile banking* pada bank syariah memberikan berpengaruh signifikan secara

---

<sup>83</sup> Debi Triyanti, et., “*Peran Layanan Mobile Banking dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*”, Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 2 No. 1, Februari 2020, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jakarta

langsung terhadap tingkat kepuasan nasabah. Begitu pula dengan tingkat kepuasan nasabah bank syariah yang juga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah bank syariah itu sendiri.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zakaria Harahap<sup>84</sup> dengan judul “*Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih*”. Hasil penelitian ini diperoleh ada pengaruh signifikan antara layanan m-Banking dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. Dari data-data yang telah disajikan dapat dilihat pengaruh layanan m-Banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih sangat baik. Yang artinya Bank telah cukup memberikan berbagai fitur-fitur atau produk-produk yang ditawarkan kepada nasabahnya.

Tetapi menurut saya untuk kualitas layanan mobile banking bank syariah tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabahnya. Karena dalam pelayanan mobile banking juga perlu diperhatikan tahapan-tahapan agar dalam waktu dekat nasabah pun bisa merasakan manfaat dan keuntungan dari hasil pelayanan mobile banking tersebut. Apapun tahapannya, kualitas layanan mobile banking selalu memberikan dampak terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah. Semakin baik kualitas layanan mobile banking akan meningkatkan kepuasan yang pada akhirnya akan mendorong nasabah bank syariah untuk tetap loyal. Begitu pula sebaliknya, apabila

---

<sup>84</sup> Zakaria Harahap, “*Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih*”, Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah, Volume 6 Nomor 1 Edisi Agustus 2020, Program Studi Manajemen, STIE Prabumulih

kualitas layanan mobile banking tidak mengalami peningkatan, maka akan mengurangi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah bank syariah

### **C. Pengaruh Variabel Layanan *Automatic Teller Machine* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Blitar**

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 2,515 lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikan 0,014 lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Karena nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $2,207 > 1,984$ ) dan signifikansi  $0,030 < 0,05$ . Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini menunjukkan bahwa layanan *automatic teller machine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel. Untuk nilai signifikan *automatic teller machine* lebih kecil dari probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa **menolak  $H_0$  dan menerima  $H_3$**  yang artinya layanan *automatic teller machine* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.

Tinggi rendahnya kepuasan nasabah dipengaruhi oleh tinggi rendahnya layanan *automatic teller machine*. Semakin tinggi tingkat layanan *automatic teller machine* maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Sebaliknya, semakin rendah tingkat layanan *automatic teller machine* maka semakin rendah pula tingkat kepuasan nasabah. Dalam menilai *automatic teller machine* yang dilakukan oleh Bank Syariah berupa tarikan tunai antar bank, tarikan tunai bank lain, transfer dana, pembayaran internet berlangganan,

pembayaran tagihan listrik, pembayaran asuransi, pembayaran zakat, penggantian PIN, registrasi E-Channel, dan pembelian isi ulang pulsa sudah dianggap baik terbukti adanya pengaruh *automatic teller machine* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *automatic teller machine* merupakan faktor yang tidak terpisahkan dari kepuasan nasabah, karena besar kecilnya *automatic teller machine* akan berpengaruh terhadap meningkat tidaknya kepuasan nasabah. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah termasuk *automatic teller machine* yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulmaizar & Abd Rahman<sup>85</sup>, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar Kecamatan Wonomulyo”, dengan Variabel Kualitas pelayanan Automatic Teller Machine (ATM) terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Polewali Mandar. Pelayanan melalui mesin ATM yang diberikan Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonomulyo kepada nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah untuk melakukan transaksi menggunakan jasa perbankan Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Wonomulyo.

---

<sup>85</sup> Muhammad Muzani Zulmaizar & Abd Rahman, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar Kecamatan Wonomulyo”, Jurnal ALIF Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam, Vol. 4, No. 1, Mei 2019

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Yulianto<sup>86</sup>, dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah*”. Penelitian ini memiliki dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. 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.

Menurut saya ada beberapa hal perlu dipertimbangkan lagi mengingat minat nasabah dalam menggunakan mesin ATM, yakni peningkatan kelayakan dan kualitas layanan mesin ATM itu sendiri, serta memperbanyak adanya mesin ATM pada tempat-tempat umum yang banyak dikunjungi oleh nasabah., karena dengan memperhatikan kedua hal tersebut kedepannya bisa meningkatkan kualitas layanan nasabah untuk melakukan segala transaksi, karena semakin tinggi tingkat layanan *automatic teller machine* maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Selain itu factor kepercayaan juga berpengaruh terhadap daya tarik nasabah dengan pelayanan ini, semakin baik tingkat pelayanannya maka kepercayaan nasabah untuk terus menggunakan produk bank pun akan meningkat.

---

<sup>86</sup> Tri Yulianto, “*Pengaruh Kualitas Peayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah*” dalam <http://eprints.ums.ac.id/35580/15/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf> diakses tanggal 14 April 2021 pukul 15.09 WIB



**D. Pengaruh Variabel *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine* Secara Bersama-sama Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar**

*Internet banking*, *mobile banking*, dan *automatic teller machine* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar. Hal ini terbukti dari hasil output statistik di atas, nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $39,981 > 2,70$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .  $F$  tabel dapat dicari melalui tabel statistic pada signifikan 0,05, dengan menggunakan rumus hasil dari perhitungan  $df1 = k$  (k adalah jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke 3) dan  $df2 = n-k-1 = 100-3-1 = 96$  (berarti baris ke 96).

Hal ini berarti bahwa jika variabel *internet banking* memberikan pengaruh positif maka akan diikuti pengaruh positif dari *mobile banking* dan *automatic teller machine*, begitu juga sebaliknya. Jadi, ketika *internet banking* meningkat maka *mobile banking* dan *automatic teller machine* juga meningkat, yang akan diikuti dengan peningkatan kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar.

Hasil penelitian ini, variabel *mobile banking* mempunyai pengaruh lebih besar dari pada *internet banking* dan *automatic teller machine* dalam pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Blitar. Hal ini dapat dilihat dari tabel *coefficients* dalam nilai Beta *mobile banking* 0,322 sedangkan nilai Beta dari *internet banking* sebesar 0,234 dan nilai Beta dari *automatic teller machine* sebesar 0,216.

Hal ini sesuai dengan pernyataan penelitian yang dilakukan oleh Nina<sup>87</sup>, yaitu peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan.

Philip Kotler juga menyatakan bahwa Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.<sup>88</sup>

Menurut saya Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dari nasabah. Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Pelanggan dikatakan puas apabila jasa yang dirasakan melebihi apa yang diharapkan. Sementara ketidakpuasan terjadi apabila pelanggan merasa jasa yang dirasakan kurang dari apa yang mereka harapkan. Pengukuran kepuasan pelanggan yang saya lakukan adalah dengan menggunakan metode survei kepuasan pelanggan yang dilakukan secara langsung melalui pertanyaan dengan alternatif jawaban sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas. Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu

---

<sup>87</sup> Nina Indah Febriana, “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, Jurnal Ekonomi Syariah AN-NISBAH, Vol. 03, No. 01, Oktober 2016

<sup>88</sup> Philip Kotler, *Marketing Manajemen*, (New Jersey: Prentice Hall, 2000), hal. 36

memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali penyedia jasa (bank) yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain.