

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Layanan *Internet Banking*, Layanan *Mobile Banking*, Dan Layanan Mesin Anjungan Tunai Mandiri (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kediri Dengan Sikap Terhadap Penggunaan (*Attitude Towards Using*) Sebagai Variabel *Intervening*” yang ditulis oleh Arifah Isma Ratna Dewi, NIM. 126401202052. Jurusan Ekonomi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Dr. Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan internet dan perkembangan teknologi yang pesat pada masyarakat, dimana hal tersebut berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi dengan efisien dan fleksibel. Maka dari itu, perusahaan perbankan ikut serta memanfaatkan hal tersebut dengan mengadopsi perkembangan teknologi melalui layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan mesin ATM, dengan tujuan ingin memberikan pelayanan yang optimal sehingga dapat membangun sikap positif terhadap penggunaan layanan. Namun, seiring berkembangnya teknologi ternyata tindak kejahatan pada layanan digital juga semakin meningkat, dimana hal ini terjadi pada Bank Syariah Indonesia (BSI) yang pernah mengalami gangguan sistem yang menyerang ketiga layanan tersebut. Hal tersebut dirasakan hingga di wilayah Kediri, dimana BSI menjadi bank syariah yang memiliki eksistensi tinggi. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan layanan mesin ATM terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri dengan sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*) sebagai variabel *intervening*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 133 responden. Data yang diperoleh dari Penyebaran kuesioner melalui *google form* kepada responden dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0 dengan melakukan uji outer model, inner model, dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan layanan mesin ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan layanan mesin ATM berpengaruh signifikan terhadap sikap pada penggunaan teknologi atau layanan. Selain itu hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sikap pada penggunaan teknologi atau layanan mengintervening hubungan antara layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan layanan mesin ATM terhadap kepuasan nasabah dengan pengaruh signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti menyarankan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri untuk terus mengontrol, memperbaiki, dan menjaga kualitas layanan yang dimiliki dengan menerima dan mengevaluasi keluhan – keluhan yang dirasakan oleh nasabah. Terutama pada layanan mesin ATM, yang penyebarannya masih dianggap kurang meluas oleh nasabah.

Kata Kunci: *Internet Banking*, Mesin ATM, *Mobile Banking*, Kepuasan Nasabah, Sikap Penggunaan.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Internet Banking Services, Mobile Banking Services, and Automated Teller Machine (ATM) Services on Customer Satisfaction of Indonesian Sharia Banks in Kediri with Attitude Towards Using as an Intervening Variable" written by Arifah Isma Ratna Dewi, NIM. 126401202052. Department of Economics, Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervisor Dr. Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

This research is motivated by the increasing use of the internet and the rapid development of technology in society, which has an impact on the increasing need for society to carry out transactions efficiently and flexibly. Therefore, banking companies are taking advantage of this by adopting technological developments through internet banking services, mobile banking and ATM machines, with the aim of providing optimal service so that they can build a positive attitude towards using services. However, as technology develops, it turns out that crime on digital services is also increasing, which happened to Bank Syariah Indonesia (BSI), which experienced system disruptions that attacked these three services. This is felt even in the Kediri area, where BSI is a sharia bank that has a high presence. Therefore, this research was conducted to determine the influence of internet banking services, mobile banking and ATM machine services on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) in the Kediri area with attitude towards use (Attitude Towards Using) as an intervening variable.

The method used in this research is a quantitative approach with an associative type of research. Sampling used purposive sampling technique with a total sample of 133 respondents. Data obtained from distributing questionnaires via Google Form to respondents were analyzed using SmartPLS 4.0 by conducting outer model, inner model and hypothesis testing.

Based on the results of the research conducted, it can be concluded that internet banking services, mobile banking and ATM machine services have a significant effect on customer satisfaction. Furthermore, internet banking services, mobile banking and ATM machine services have a significant effect on attitudes towards using technology or services. Apart from that, the results of this research also show that attitudes towards the use of technology or services intervene in the relationship between internet banking services, mobile banking and ATM machine services on customer satisfaction with a significant influence.

Based on the results of this research, researchers recommend that Bank Syariah Indonesia (BSI) in the Kediri area continue to control, improve and maintain the quality of its services by receiving and evaluating complaints felt by customers. Especially for ATM machine services, the distribution of which is still considered less widespread by customers.

Keyword: Internet Banking, ATM Machines, Mobile Banking, Customer Satisfaction, Attitudes to Use