

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

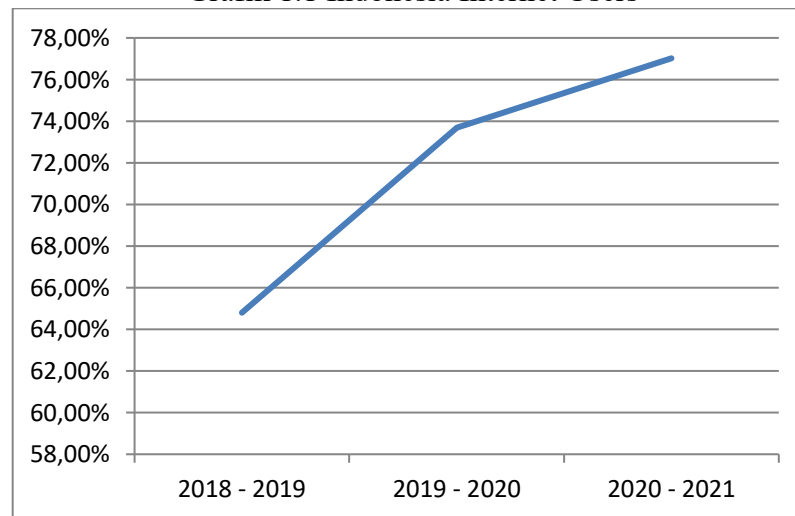
Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menurut Kotler&Keller (2021) dalam Maulidiah et al., yaitu perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.² Jadi, kepuasan nasabah juga dapat diartikan sebagai hasil yang dicapai dimana saat keistimewaan produk maupun jasa dapat memenuhi atau merespons kebutuhan para pelanggan.

Pada dasarnya kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, begitu juga dalam dunia perbankan kepuasan pelanggan ini disebut dengan kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan jasa maupun produk yang diberikan oleh perusahaan perbankan seperti layanan *E-Banking*, seperti layanan *internet banking*, layanan *mobile banking*, dan layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM).

Di Indonesia perkembangan pengguna internet telah disurvei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dimana hasilnya menunjukkan bahwa pengguna internet mencapai 210 juta jiwa pada tahun 2021, dengan tingkat penetrasi internet tumbuh 77,02% dari 73,70% pada tahun 2019 – 2020 yang artinya ada 210.026.769 jiwa yang terhubung kedalam internet dari 272.682.600 jiwa.

²Eka Putri Maulidiah, Survival, dan Bambang Budianto, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Economina*, (Online), Vol. 2, No. 3, (2023), <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.375>, diakses 8 Mei 2024.

Grafik 1.1 Indonesia Internet Users



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2023

Peningkatan penggunaan internet ini juga dirasakan di wilayah Kediri Raya. Kediri merupakan suatu wilayah yang terdiri dari kota dan kabupaten, dimana seluruh wilayah kotanya merupakan *enklave* dari Kabupaten Kediri dan merupakan wilayah kota terbesar ketiga setelah Kota Surabaya dan Kota Malang berdasarkan pada jumlah penduduk. Hal ini yang menjadi salah satu faktor terjadinya peningkatan pengguna internet, karena dengan meningkatnya presentase jumlah penduduk dapat menimbulkan pergantian generasi pada masyarakat yang semakin paham akan teknologi.

Peningkatan ini juga dipengaruhi oleh perkembangan yang terjadi di Kediri raya, dimana Kota Kediri menerima suatu penghargaan sebagai kota yang kondusif untuk berinvestasi dari sebuah ajang yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat dan kualitas otonomi. hal ini terjadi seiring dengan meningkatnya kualitas dalam berbagai aspek salah satunya pada sektor perekonomian, yang ditunjang oleh adanya perguruan tinggi swasta, pondok pesantren, banyaknya pembangunan infrastruktur baik pada kota maupun

kabupaten yang menunjang perputaran ekonomi di Kediri Raya semakin berkembang pesat.

Selain itu, pesatnya perkembangan pusat perbelanjaan baik tradisional hingga perbelanjaan modern juga menjadi suatu alasan adanya peningkatan penggunaan akses layanan berbasis teknologi dan internet. Dimana dalam melakukan kegiatan transaksi pun banyak masyarakat yang beralih menggunakan via transaksi online atau melalui layanan yang dikembangkan oleh pihak perbankan dengan berbasis teknologi dan internet.

Dengan meningkatnya pengguna internet yang semakin tinggi tersebut sejalan dengan meningkatnya kebutuhan nasabah mengenai segala bentuk informasi termasuk informasi keuangan dan transaksi. Maka sudah semestinya sektor perbankan juga meningkatkan kualitas pelayanannya baik secara langsung maupun pelayanan yang berbasis teknologi internet dan digital, dalam perbankan layanan tersebut disebut dengan elektronik *banking* (*e-banking*) yang meliputi *internet banking*, *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine (ATM)*.

Layanan *internet banking* merupakan produk *e-banking* yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui internet dengan menggunakan *personal computer* (PC) atau *personal digital assistant* (PDA). Selanjutnya, layanan *mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler (*handphone* atau *tablet*) dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler. Sedangkan layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM)

merupakan produk *e-banking* yang paling populer sebagai mesin untuk mengambil uang, maupun melakukan transaksi perbankan lainnya.³

Layanan *internet banking* dikatakan dapat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah, hal ini sejalan dengan riset atau penelitian yang dilakukan oleh Sabik Khumaini, Fahrudin dan Samsuri (2022) di Tangerang dimana mendapatkan hasil yang membuktikan bahwa layanan *internet banking* berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini sesuai dengan teori kepuasan nasabah yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2017).⁴ Akan tetapi, hal tersebut tidak sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Annisa Ftiria, Aang Munawar, dan Pebi Paisal Pratama (2021) dimana pada riset yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa layanan *internet banking* tidak memiliki pengaruh atau tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.⁵

Selain pada layanan *internet banking*, layanan *mobile banking* juga dikatakan mampu mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, hal ini sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Jamaludin Kamarudin, Nursiah, dan Melisa Novianti (2022), dengan hasil yang menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* mempengaruhi kepuasan nasabah melalui beberapa faktor yang diterima dan dirasakan oleh para nasabah. Dimana hasil riset tersebut sesuai

³ Unggul Basoeky, dkk., *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Manusia*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021) hal. 83-84.

⁴ Sabik Khumaini, Fahrudin, dan Samsuri, "Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang", *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, (Online), Vol. 3, No. 2, (2022), <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i2.5403>, diakses 16 Maret 2024.

⁵ Annisa Fitria, Aang Munawar, dan Pebi Paisal Pratama, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI", *Jurnal Informatika Kesatuan*, (Online), Vol. 1, No. 1, (2021), <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.406>, diakses 16 Maret 2024.

teori manfaat layanan *mobile banking* yang di kemukakan oleh Ladesman (2018), dan teori tentang kepuasan nasabah yang dikemukakan oleh Philip Kotler yang dikutip oleh Rahmadana (2019).⁶ Akan tetapi hal ini tidak sesuai dengan hasil riset yang dilakukan oleh Dwi Listyowati, Annisa Dilla Rizky, dan Fransisca Hermawan (2022) dimana layanan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.⁷

Begitu juga dengan layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM) yang dimana termasuk layanan yang cukup sering diakses oleh nasabah. Selain karena layanan ini sudah lama dikenal oleh nasabah, mesin anjungan tunai mandiri (ATM) ini mudah diakses oleh semua jenis golongan nasabah. Layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM) dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dalam hal ini, sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Agus Wistono dan Ferra Eka Ramadhani (2021), dimana riset yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM) yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sesuai dengan teori *service recovery* yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yang dikemukakan oleh Laub (1999) dan teori tentang kepuasan nasabah yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Keller (2009).⁸ Akan tetapi, hasil tersebut berbeda dengan

⁶ Jamaludin Kamarudin, N Nursiah, dan Melisa Novianti, "Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, Dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju)", *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, (Online), Vol. 1, No. 2, (2022), <https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/123/63>, diakses 16 Maret 2024.

⁷ Dwi Listyowati, Annisa Dilla Rizky, dan Fransisca Hermawan, "Kepuasan Nasabah Bank Pada Fasilitas Sms Banking, Mobile Banking Dan Internet Banking", *ORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, (Online), Vol. 24, No. 4, (2022), <https://journal.feb.unmul.ac.id>, diakses 16 Maret 2024.

⁸ Agus Wistono dan Ferra Eka Ramadhani, "Pengaruh Kualitas Layanan Atm Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kcp Bank Bri Malang", *Journal Koperasi*

dengan riset yang dilakukan oleh Misbakhussudur, M. Ridwan Basalamah, dan Khalikussabir (2023) yang dimana hasil riset menunjukkan bahwa layanan anjungan tunai mandiri (ATM) tidak mampu sepenuhnya berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dalam hasil riset tersebut pelayanan ATM dinyatakan hanya berdampak pada kebahagiaan para nasabah.⁹

Secara tidak langsung terdapat variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Yaitu variabel *intervening*, salah satunya adalah sikap terhadap penggunaan (*attitude towards using*). Hal ini sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Widiifa Sandra, dan Adi Rahmat (2019) dimana memperoleh hasil bahwa sikap mampu mempengaruhi antara layanan teknologi dengan kepuasan pelanggan, sehingga sikap sebagai penghubung atau variabel *intervening* berdampak pada kepuasan pelanggan dan bersedia untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori yang dikemukakan oleh Thurstone yang dikutip oleh Azwar (2007).¹⁰ Namun, berbeda dengan hasil riset yang dilakukan oleh Swastika Suryani dan Komsu Koranti dimana sikap terhadap suatu layanan teknologi tidak dapat mempengaruhi atau mendorong tingkat kepuasan yang diukur melalui kualitas pelayanan serta keamanan.¹¹

Dan Manajemen Journal, (Online), Vol. 2, No. 1, (2021), <http://journal.stiekop.ac.id/index.php/komastie>, diakses 16 Maret 2024.

⁹ Misbakhussudur, M. Ridwan Basalamah, dan Khalikussabir, "Pengaruh Kualitas *Internet Banking*, *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine (Atm)* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI KCP Tumpang", *e-Journal Riset Manajemen*, (Online), Vol. 12, No. 2, (2022), <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>, diakses 16 Maret 2024.

¹⁰ Widiifa Sandra dan Adi Rahmat, "Pengaruh Budaya Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Sikap Sebagai *Intervening* (Studi Kasus Di PT.Telkom Witel Ridar)", *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, (Online), Vol. 1, No. 2, (2019), <https://repository.unilak.ac.id/2385/>, diakses 16 Maret 2024.

¹¹ Swastika Suryani and Komsu Koranti, 'Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-

Dalam perusahaan perbankan, begitu juga dengan Bank Syariah Indonesia (BSI) kepuasan nasabah ini perlu dipenuhi. Karena apabila nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan, tidak menutup kemungkinan dapat menumbuhkan loyalitas nasabah. Sehingga hal tersebut memiliki dampak yang positif bagi pihak perusahaan perbankan. Kepuasan ini dapat dicapai melalui cara memberikan pelayanan, sesuai dengan ekspektasi yang dibangun juga diharapkan oleh pihak nasabah, baik dalam bidang jasa maupun produknya.

Dalam konteks ini, layanan *internet banking*, layanan *mobile banking*, dan layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM) memiliki peran yang cukup penting untuk mencapai tingkat kepuasan nasabah, karena tidak dapat dipungkiri bahwa ketiga layanan tersebut, dapat dikatakan layanan yang memiliki eksistensi cukup tinggi, karena sering digunakan dalam kegiatan transaksi di era digitalisasi yang berkembang pesat saat ini. Namun, dengan adanya perkembangan teknologi yang terjadi, tidak hanya memberikan dampak positif bagi nasabah, akan tetapi adanya perkembangan teknologi ini membuat tindak kejahatan menjadi semakin meningkat pada layanan *e-banking* yang dikembangkan oleh perbankan seperti penipuan, pembobolan data, peretasan sistem.

Hal tersebut juga dirasakan oleh masyarakat Kediri yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) khususnya nasabah pengguna layanan *internet banking*, layanan *mobile banking*, dan layanan mesin anjungan tunai mandiri (atm), dimana pada 8 Mei 2023 Bank Syariah Indonesia (BSI) terindikasi

mengalami gangguan tindak kejahatan pada sistem layanannya. Sehingga hal tersebut berdampak kepada kelumpuhan total dan layanan *internet banking*, layanan *mobile banking*, dan layanan mesin anjungan tunai mandiri (atm) tidak dapat diakses sampai sepekan hingga terdapat isu peretasan data oleh hacker. Apabila hal ini terus menerus dibiarkan dan terjadi berulang pastilah akan berpengaruh pada tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan perbankan.¹²

Perlu adanya evaluasi secara berkala yang dilakukan oleh perusahaan perbankan khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI), agar pelayanan yang diberikan semakin baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, sehingga nasabah dapat merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui apakah layanan yang diberikan oleh perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu layanan *internet banking*, layanan *mobile banking*, dan layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM) dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fakta, dan data yang dijelaskan pada latar belakang dapat diidentifikasi sebuah permasalahan sebagai berikut:

1. Layanan *Internet Banking* adalah suatu layanan teknologi yang dikembangkan oleh perusahaan perbankan untuk memudahkan kegiatan transaksi para nasabah. Menurut Andilie Lily Wijanarto, Dan Deni

¹² Dewi Fatmala Putri dan Widya Ratna Sari, "Analisis Perlindungan Nasabah Bsi Terhadap Kebocoran Data Dalam Menggunakan Digital Banking", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, (Online), Vol. 1, No. 4, (2023), <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.331>, diakses 16 Maret 2024.

Wardani melalui layanan *Internet Banking* tingkat kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital perbankan dipengaruhi melalui beberapa dimensi, yaitu kebebasan, kenyamanan, keamanan.¹³ Karena layanan ini menawarkan keefisienan waktu dan memudahkan para nasabah, namun pada kenyataannya, pada nasabah Bank Muamalat KCP Plered Cirebon kepuasan terhadap layanan *Internet Banking* tidak terpenuhi. Minimnya kepercayaan terhadap layanan tersebut terjadi karena, kekhawatiran nasabah mengenai adanya kejahatan dalam layanan berbasis internet dalam dunia perbankan.¹⁴ Jadi, penelitian ini perlu dilakukan guna mengetahui apakah tingkat kepuasan nasabah mampu terpenuhi dengan adanya layanan *Internet Banking*.

2. *Mobile banking* merupakan layanan dalam bentuk aplikasi yang dikembangkan oleh perbankan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin maju. Layanan ini didesain untuk dapat memenuhi kebutuhan transaksi nasabah yang semakin tinggi, dengan menyediakan beberapa fitur dan juga menawarkan kemudahan akses. Sehingga, dapat meningkatkan mobilitas bagi nasabah, dimana hal tersebut dapat menciptakan kepuasan bagi para nasabah yang menggunakannya.¹⁵

Namun, pada kenyataannya layanan ini tidak memberikan kepuasan pada

¹³ Andilie Lily Wijanarto dan Deni Wardani, "Peran Pengguna Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA (tudi Pada Nasabah Pengguna Fasilitas M-BCA Di Kota Depok)", *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, (Online), Vol. 6, No. 1, (2020), <https://doi.org/10.35384/jemp.v6i1.228>, diakses 27 April 2024.

¹⁴ Nining Wahyuningsih dan Nurul Janah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat", *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, (Online), Vol. 10, No. 2, (2018), <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i2.3596>, diakses 27 April 2024.

¹⁵ Unggul Basoeky, dkk., *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Manusia*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021) hal. 83-89.

nasabah dan masih kurang diminati karena beberapa faktor, salah satunya adalah faktor risiko yang tinggi.¹⁶ Jadi, penelitian ini perlu dilakukan guna mengetahui bagaimana pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah.

3. Anjungan Tunai Mandiri (ATM) adalah layanan transaksi yang dikembangkan oleh perbankan guna memudahkan aktivitas transaksi terutama dalam melakukan penarikan maupun penyetoran tunai tanpa melalui *teller* dengan berbasis mesin. Menurut Muhammad Muzani Zulmaizar dan Abd Rahman, layanan ini menawarkan banyak manfaat pada nasabah dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal, sehingga dapat memberikan kepuasan pada nasabah yang menggunakan layanan mesin ATM.¹⁷ Namun, pada kenyataannya masih terdapat hambatan yang dialami oleh nasabah dalam mengakses layanan ini, sehingga menyebabkan penurunan tingkat kepuasan nasabah.¹⁸ Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui mengenai pengaruh layanan mesin Anjungan Tunai Mandiri terhadap kepuasan nasabah.
4. Layanan *internet banking* dapat berpengaruh positif pada sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*). Sikap yang positif diperoleh dari

¹⁶ Satria Anggara dan Ajeng Kartika Galuh, "Faktor Penghambat Minat Nasabah Dalam Menggunakan Sistem Layanan Perbankan Berbasis Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2012-2014 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang)", *Jurnal Ilmiah mahasiswa FEB*, (Online), Vol. 10, No. 2, (2016), <https://jimfeb.ub.ac.id>, diakses 27 April 2024.

¹⁷ Muhammad Muzani Zulmaizar dan Abd Rahman, "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Polewali Mandar Kecamatan Wonomulyo", *J-ALIF Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Sosial Budaya Islam*, (Online), Vol. 4, No. 1, (2019), <http://dx.doi.org/10.35329/jalif.v4i1.539>, diakses 28 April 2024.

¹⁸ Ingrid Benedicta Sutanto dan I Made Sukresna, "Studi Kualitas Pelayanan Nasabah Pada Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, (Online), Vol. 20, No. 1, (2021), <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i1>, diakses 28 April 2024.

adanya kualitas layanan yang baik, dimana nasabah dapat merasakan manfaat dan fungsi yang ditawarkan pada layanan tersebut.¹⁹ Namun, pada kenyataannya masih terdapat persepsi yang sebaliknya mengenai layanan ini karena fitur-fitur pada *internet banking* yang dianggap kurang familiar. Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh layanan *internet banking* terhadap sikap pada penggunaan layanan (*Attitude Towards Using*).

5. Layanan *mobile banking* dapat berpengaruh positif pada sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*). Sikap yang positif diperoleh dari adanya kualitas layanan yang baik, dimana nasabah dapat merasakan manfaat dan fungsi yang ditawarkan pada layanan tersebut, terlebih layanan ini mudah diakses hanya melalui *smartphone* karena berbasis aplikasi.²⁰ Namun, pada kenyataannya masih terdapat persepsi yang sebaliknya mengenai layanan ini sehingga menimbulkan sikap yang tidak positif karena masih banyak masyarakat dan nasabah yang meragukan keamanan transaksi pada layanan *mobile banking*. Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh layanan *internet banking* terhadap sikap pada penggunaan layanan (*Attitude Towards Using*).

¹⁹ Usfatul Ika Agustina dan Mohammad Arief, "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (Studi Pada Komunitas Virtual E-Banking BCA)", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, (Online), Vol. 20, No. 2, (2015), <https://journal2.um.ac.id>, diakses 28 April 2024..

²⁰ Mohammad Andika Tobuhu, Rizan Machmud, dan Endi Rahman, "Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan M-Banking (Studi Pada Bank BNI Cabang Gorontalo)", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, (Online), Vol. 5, No. 2, (2022), <http://ejournal.ung.ac.id>, diakses 28 April 2024.

6. Layanan mesin ATM dapat berpengaruh positif pada sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*). Sikap yang positif diperoleh dari adanya kualitas layanan yang baik, dimana nasabah dapat merasakan manfaat dan fungsi yang ditawarkan pada layanan mesin ATM dan dapat menjamin keamanan transaksi, terlebih layanan ini cukup dibutuhkan oleh nasabah karena melalui layanan ini nasabah dapat melakukan transaksi dengan fleksibel tanpa harus menunggu lama melalui teller manusia.²¹ Namun, pada kenyataannya masih terdapat persepsi yang sebaliknya mengenai layanan ini sehingga menimbulkan sikap yang tidak positif. Masih banyak nasabah yang merasa bahwa melakukan transaksi melalui teller lebih efisien dan aman. Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh layanan mesin ATM terhadap sikap pada penggunaan layanan (*Attitude Towards Using*).
7. Sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) merupakan suatu persepsi positif atau negatif yang dirasakan oleh nasabah terhadap penggunaan teknologi seperti layanan *internet banking*, *mobile banking*, dan layanan mesin ATM yang dikembangkan oleh perusahaan perbankan salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Melalui sikap penggunaan ini kepuasan nasabah dapat timbul akibat terbangunnya persepsi positif seperti kemudahan, kecepatan, efisiensi, fleksibilitas yang dirasakan oleh

²¹ Wendi, dkk., "Pengaruh Manfaat Presepsian, Kemudahan Persepsian, Dan Risiko Persepsian Terhadap Niat Penggunaan Kartu Atm / Debit", *Jurnal AKDBB Journal of Economics and Business (AJEB)*, (Online), Vol. 1, No. 1, (2022), <https://kampusjurnal.com>, diakses 28 April 2024.

nasabah.²² Namun, pada kenyataannya sikap terhadap penggunaan tidak selalu mampu mempengaruhi pada kepuasan karena terkadang terbentuknya rasa kepuasan pada nasabah terjadi tanpa melalui persepsi atau sikap positif pada penggunaan suatu layanan teknologi yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*) terhadap tingkat kepuasan nasabah bank BSI di Wilayah Kediri.

8. Layanan *internet banking* dapat mempengaruhi kepuasan nasabah melalui sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*) pada layanan *Internet Banking*. Dimana menurut Rajendra Prasada Bangkara dan Ni Putu Sri Harta Mimba sikap ini dapat mendorong kepuasan pada nasabah melalui persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap penggunaan layanan *internet banking*.²³ Namun, faktanya sikap terhadap penggunaan pada layanan teknologi yang dikembangkan oleh perbankan tidak selalu memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjadi mediasi untuk mendorong sikap positif pada persepsi manfaat penggunaan layanan sehingga juga tidak mampu menciptakan kepuasan nasabah, karena untuk meningkatkan kepuasan nasabah diperlukan aspek dasar yang sangat vital yaitu kemudahan akses dan manfaat yang diterima, agar dapat membangun persepsi yang positif melalui sikap terhadap penggunaan. Jadi, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah sikap terhadap penggunaan

²² Wendi, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Perceived Risk Terhadap Loyalty Intention", *PROCURATIO: Jurnal Manajemen & Bisnis*, (Online), Vol. 1, No. 2 (2022), <https://doi.org/10.62394/projmb.v1i2.7>, diakses 28 April 2024.

²³ Rajendra Prasada Bangkara dan Ni Putu Sri Harta Mimba, "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, (Online), Vol. 16, No. 3, (2016), <https://udanayanetworking.unud.ac.id>, diakses 28 April 2024.

mampu menjadi mediasi layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah.²⁴

9. Sikap terhadap penggunaan pada layanan *mobile banking*, merupakan suatu persepsi positif atau negatif yang dirasakan oleh nasabah terhadap penggunaan layanan tersebut. Menurut Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh dan Darwanto, sikap dalam menggunakan teknologi ini dapat mendorong minat dan juga kepuasan nasabah terutama pada generasi Z dalam menggunakan layanan ini melalui persepsi kemudahan, manfaat, keamanan, pengalaman yang terbangun pada saat akan menggunakan layanan *mobile banking*.²⁵ Namun, pada kenyataannya sikap terhadap penggunaan layanan melalui persepsi manfaat, kepercayaan, dan kemudahan ini dianggap tidak memiliki pengaruh signifikan sehingga tidak dapat mendorong minat dan tidak dapat menciptakan kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan *mobile banking*.²⁶ Oleh sebab itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui mengenai pengaruh sikap terhadap penggunaan layanan, apakah mampu menjadi mediasi antara layanan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah.

10. Sikap terhadap penggunaan pada layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM), merupakan suatu persepsi positif atau negatif yang dirasakan oleh

²⁴ Muhammad Alwi dan Laila Refiana Said, "Penerimaan Layanan Bank Digital Dengan Technology Acceptance Model (Tam) Di Banjarmasin", *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, (Online), Vol. 7, No. 1, (2023), <https://jsmk.ulm.ac.id>, diakses 28 April 2024.

²⁵ Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh dan Darwanto Darwanto, "Analisis Penggunaan Mobile Banking Pada Generasi Milenial Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)", *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (Online), Vol. 5, No. 02, (2021), <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>, diakses 28 April 2024.

²⁶ Nurdin Nurdin, dkk., "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu", *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, (Online), Vol.3 No. 1, (2021), <https://doi.org/10.24239/jipya.v3i1.37.30-45>, diakses 28 April 2024.

nasabah terhadap penggunaan layanan ATM tersebut. Menurut Fathan Budiman sikap terhadap penggunaan atau *Attitude Towards Using* mampu menjadi mediasi antara layanan digitalisasi perbankan salah satunya yaitu mesin atm, yang artinya sikap dapat mendorong tingkat kepuasan nasabah karena adanya perasaan aman dan nyaman dalam mengakses layanan ini untuk bertransaksi.²⁷ Namun, pada kenyataannya terdapat fakta bahwa sikap terhadap penggunaan masih belum bisa memediasi antara layanan mesin atm untuk mendorong kepuasan nasabah yang diakibatkan oleh penyebaran layanan mesin atm yang dianggap kurang menyeluruh.²⁸ Jadi, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui mengenai bagaimana pengaruh sikap terhadap penggunaan layanan, apakah mampu menjadi mediasi antara layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM) dengan kepuasan nasabah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah layanan *Internet Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri?
2. Apakah layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri?

²⁷ Fathan Budiman, "Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali", *Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, (Online), Vol. 2, No. 5, (2020), <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/499>, diakses 28 April 2024 .

²⁸ Rinda Hesti Kusumaningtyas dan Elsy Rahajeng, "Persepsi Nasabah Akan Layanan Atm Dan E-Banking Dengan Metode Tam", *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, (Online), Vol. 10, No. 2, (2017), <https://doi.org/10.15408/sijsi.v10i2.7756>, diakses 28 April 2024.

3. Apakah layanan pengaruh layanan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri?
4. Apakah layanan *Internet Banking* berpengaruh pada sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri?
5. Apakah layanan *Mobile Banking* berpengaruh pada sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri?
6. Apakah layanan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh pada sikap terhadap penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri?
7. Apakah Sikap terhadap penggunaan berpengaruh pada kepuasan nasabah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri?
8. Apakah layanan *Internet Banking* berpengaruh terhadap kepuasan melalui sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri?
9. Apakah layanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan melalui sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)?
10. Apakah layanan Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan melalui sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan *Internet Banking* terhadap sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri.
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri.
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kediri.
8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan *Internet Banking* terhadap kepuasan melalui sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.

9. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan melalui sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
10. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap kepuasan melalui sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Bank Syariah, dapat dijadikan acuan untuk menjadi evaluasi dan koreksi apabila ada kekurangan dan kelemahan dalam pelayanan yang diberikan agar dapat menentukan suatu strategi untuk memperbaiki, meningkatkan dan mempertahankan kualitas kinerjanya.
- b. Bagi Nasabah, dapat menambah wawasan dan mempermudah nasabah dalam bertransaksi.
- c. Bagi Penulis, dapat memberikan tambahan data informasi dan juga wawasan mengenai persepsi nasabah seputar layanan transaksi *internet banking*, layanan *mobile banking* dan layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM) pada Bank Syariah Indonesia (BSI).
- d. Bagi masyarakat, memberikan informasi mengenai kepuasan nasabah dalam menggunakan produk layanan berbasis teknologi internet dan

digital yang ada pada bank syariah indonesia. Sehingga dapat menarik minat menjadi nasabah dan dijadikan pertimbangan untuk menggunakan produk perbankan syariah indonesia.

2. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Sebagai salah satu media untuk menambah wawasan, pengetahuan mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan perbankan dan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi dan informasi bagi kepentingan keilmuan dalam layanan teknologi untuk penelitian selanjutnya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah

Adapun ruang lingkup dan keterbatasan masalah dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh layanan *Internet Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
2. Pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
3. Pengaruh layanan Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
4. Pengaruh layanan *Internet Banking* terhadap sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.

5. Pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
6. Pengaruh layanan Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
7. Pengaruh sikap pada penggunaan (*Attitude Towards Using*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
8. Pengaruh layanan *Internet Banking* terhadap kepuasan melalui sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
9. Pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan melalui sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.
10. Pengaruh layanan Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) terhadap kepuasan melalui sikap penggunaan (*Attitude Towards Using*) pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di wilayah Kediri.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penulisan ini disusun ke dalam lima bab, yaitu sebagai berikut:

Bab I : Pada bab ini memaparkan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat

penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan masalah, serta sistematika pembahasan.

Bab II : Pada bab ini menjelaskan tentang seluruh variabel yang akan diteliti, meliputi variabel kepuasan nasabah, layanan *internet banking*, layanan *mobile banking*, layanan mesin anjungan tunai mandiri (ATM), serta variabel mediasi yaitu sikap terhadap penggunaan. Selain itu, pada bab ini juga memaparkan mengenai pengaruh seluruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

Bab III : Pada bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data dan variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan.

Bab IV : Bab ini menguraikan hasil penelitian serta temuan meliputi gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik responden dan hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti berupa uji pengukuran (*outer model*), uji struktural (*inner model*), serta pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan smart pls.

Bab V : Bab ini berisi mengenai pembahasan data penelitian dan hasil analisis data sesuai dengan bab sebelumnya, serta kesesuaiannya dengan teori ataupun penelitian terdahulu.

Bab VI : Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari rumusan masalah dan saran berdasarkan pada hasil penelitian.