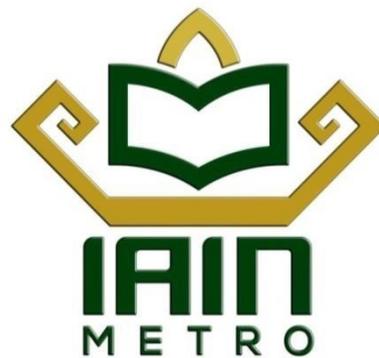


SKRIPSI

**PENGARUH *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE* (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Metro)**

Oleh:
TIARA NICHEL APRILIA
NPM.1702100087



Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H / 2021 M

**PENGARUH *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE*
(ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM
(Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
TIARA NICHEL APRILIA
NPM.1702100087

Pembimbing I : Dr. Dri Santoso, M.H.
Pembimbing II : Nurul Mahmudah, M.H.

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Munaqosyah
Saudara Tiara Nichel Aprilia**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di_

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : TIARA NICHEL APRILIA
NPM. : 1702100087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **PENGARUH MOBILE BANKING DAN AUTOMATIC
TELLER MACHINE (ATM) TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BSM (STUDI KASUS BANK SYARIAH
MANDIRI KC METRO)**

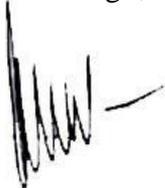
Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, April 2021

Pembimbing I,



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II,



Nurul Maltmudah, M.H.
NIP. 19930215 201801 2 003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE* (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI KC METRO)**

Nama : TIARA NICHEL APRILIA
NPM : 1702100087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, April 2021

Pembimbing I,



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II,



Nurul Mahmudah, M.H.
NIP. 19930215 201801 2 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

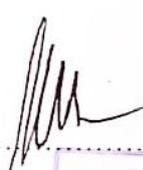
PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B.3790/In.28.3/D/PP.00.9/1/2021

Skripsi dengan judul *PENGARUH MOBILE BANKING DAN AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Metro)*. Disusun oleh Tiara Nichel Aprilia NPM 1702100087, Jurusan : Perbankan Syariah. Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Jum'at/08 Oktober 2021.

TIM MUNAQOSYAH

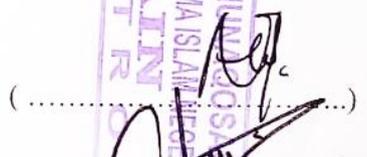
Ketua / Moderator : Drs. Dri Santoso, M.H.

()

Penguji I : Selvia Nuriasari, M.E.I

()

Penguji II : Nurul Mahmudah, M.H.

()

Sekretaris : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud

()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil, M.Hum.

NPM: 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

PENGARUH *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE* (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Metro)

Oleh:

Tiara Nichel Aprilia

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. *Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri, ini adalah saluran *E-Banking* paling populer yang kita kenal. Manfaat dari penelitian ini adalah dapat dapat memperkaya dan menambah khazanah keilmuan di bidang perbankan syariah khususnya tentang pengaruh *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.

Penelitian ini bertujuan untuk untuk Untuk mengetahui pengaruh *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro. Untuk mengetahui pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro. Untuk mengetahui internet *banking*, *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KC Metro yang berjumlah 779 nasabah. Sampel diambil 10% dari jumlah nasabah, jumlah minimum sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 65 responden. Peneliti menggunakan teknik sampling *random sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20 (*statistica packages for the social science*).

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa 1) berdasarkan uji parsial dapat diketahui bahwa pada variabel *mobile banking* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y) dimana nilai t_{hitung} pada variabel *mobile banking* (X1) sebesar 2,966 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,966 > 1,997$) dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka hipotesis H_0 diterima dan hipotesis H_a ditolak. 2) Pada variabel ATM (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y) dimana nilai t_{hitung} pada variabel ATM (X2) sebesar 2,269 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,269 > 1,997$) dan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$ maka hipotesis H_0 diterima dan hipotesis H_a ditolak. 3) Berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa *mobile banking* (X1), dan ATM (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y) dimana nilai F_{hitung} sebesar 16,149 dan F_{tabel} sebesar 3,14 dengan signifikansi F sebesar 0,000 dengan probabilitas $< 0,05$. Oleh karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($16,149 > 3,14$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Nichel Aprilia

NPM : 1702100087

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, April 2021
Yang menyatakan



Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087

MOTTO

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا نَهَدْتُمْ لَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ وَكَيْدِهَا قَدْ جَعَلْتُمْ
اللَّهُ لَكُمْ فَيْلًا^ع إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فَعَلْتُمْ ﴿٩١﴾

Artinya: “dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.¹

(Q.S. An Nahl : 91)

¹ Q.S. An Nahl (16) : 91

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya dan ucapan *Alhamdulillahirobbil'amin*, peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Weni Riza Oktavia dan Bapak Yantoni yang telah mengasuh, membimbing, mendidik dan membesarkanku serta senantiasa mendo'akan demi keberhasilanku.
2. Adik-adik ku Muhammad Alin Wijaya dan Ahmad Alfi Maulana yang memberikan semangat dan motivasi demi keberhasilanku.
3. Sahabat-sahabatku Deni Imba Saputra, Novi, Viky, Layla, Mareta, dan Arif yang telah berjuang bersama dalam meraih kesuksesan.
4. Rekan-rekan terbaikku S1 Perbankan Syariah angkatan 2017 yang selalu memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamaterku IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan inayah-Nya serta membrikan kekuatan dan kesabaran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya hingga yang setulus-tulusnya. Tanpa mengecilkan arti bantuan dan partisipasi pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.,PIA., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dliyaul Haq, M.E.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan guna terselesaikannya skripsi ini.
5. Nurul Mahmudah, M.H., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Pimpinan, Staff dan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Metro yang telah memberikan banyak informasi terkait pengaruh *mobile banking* dan *automatic teller machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah BSM.
7. Seluruh Dosen yang telah membimbing hingga terselesaikannya studi ini.
8. Kepada seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Wassalamu 'alaikum Wr Wb

Metro, April 2021
Peneliti,



Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Mobile Banking</i>	14
1. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	14
2. Kelebihan dan Kekurangan Layanan <i>Mobile Banking</i>	16

3. Dimensi <i>Mobile Banking</i>	18
B. <i>Automated Teller Machine (ATM)</i>	20
1. Pengertian <i>Automated Teller Machine (ATM)</i>	20
2. Dimensi <i>Automated Teller Machine (ATM)</i>	21
C. Kepuasan Nasabah	23
1. Pengertian Kepuasan Nasabah	23
2. Dimensi Kepuasan Nasabah	26
3. Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah	32
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah	39
D. Kerangka Pemikiran.....	42
E. Hipotesis Penelitian.....	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	44
B. Definisi Operasional Variabel.....	45
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Instrumen Penelitian.....	50
F. Uji Instrumen Penelitian	51
G. Analisis Data	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	58
1. Deskripsi Lokasi Penelitian	58
a. Sejarah Bank Syariah Mandiri KC Metro	58

b. Visi Misi Bank Syariah Mandiri KC Metro	60
c. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri KC Metro.....	61
2. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	68
3. Pengujian Hipotesis	77
B. Pembahasan.....	82
1. Pengaruh antara <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah BSM.....	82
2. Pengaruh antara <i>Automatic Teller Machine (ATM)</i> Terhadap Kepuasan Nasabah BSM	84
3. Pengaruh antara <i>Mobile Banking</i> dan <i>Automatic Teller Machin</i> (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah BSM.....	85

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Out Line
3. APD
4. Surat Pra Survey
5. Surat Izin Research
6. Surat Tugas
7. Data Hasil Kuesioner
8. Uji Validitas dan Reliabilitas
9. Uji Normalitas dan Uji Homogenitas
10. Uji Regresi Linier Berganda
11. Tabel r
12. Tabel t
13. Tabel f
14. Surat Keterangan Bebas Pustaka
15. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
16. Dokumentasi
17. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara pihak yang berkelebihan dana (*surplus*) dan pihak yang kekurangan dana (*defisit*). Sehingga, perbankan merupakan salah satu lembaga yang memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. Kegiatan lembaga ini yaitu sebagai penghimpun dana, penyalur dana, serta penyedia jasa. Dalam memaksimalkan kegiatannya, khususnya dalam penghimpunan dana perbankan harus dapat berinovasi untuk mempertahankan nasabah atau bahkan untuk menambah nasabah baru. Inovasi tersebut diharapkan agar nasabah tidak akan beralih terhadap lembaga keuangan lainnya. Oleh sebab itu, inovasi tersebut harus dapat mencapai tingkat kepuasan nasabah.

Teknologi Informasi telah berkembang dengan sangat pesat, teknologi informasi telah menjadi komponen yang sangat penting bagi keberhasilan bisnis dan organisasi. Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi, media, dan informatika, serta meluasnya perkembangan infrastruktur informasi global telah mengubah pola dan cara kegiatan bisnis yang dilaksanakan di industri, perdagangan, pemerintahan dan sosial politik serta perbankan. Perkembangan ekonomi berbasis komputer telah menjadi paradigma global yang dominan. Telah banyak para pelaku ekonomi, khususnya di kota-kota besar yang tidak

lagi menggunakan uang tunai dalam transaksi pembayarannya, tetapi telah memanfaatkan layanan perbankan modern. Dengan adanya layanan tersebut dapat memberikan kemudahan dalam membantu aktivitas kehidupan.

Teknologi informasi menunjang keberhasilan operasional sebuah lembaga keuangan atau perbankan seperti bank. Dalam hal ini, sudah pasti diperlukan sistem informasi yang handal yang dapat diakses dengan mudah oleh nasabahnya, seorang nasabah dapat menarik uang dimanapun mereka berada selama masih ada layanan ATM dari bank tersebut. Seorang nasabah dapat mengecek saldo dan mentransfer uang tersebut ke rekening yang lain serta dapat melakukan pembayaran listrik, telepon, kartu kredit dan sebagainya. Hanya dalam hitungan menit saja semua transaksi dapat dilakukan.

Keandalan bank di masa depan lebih ditentukan oleh seberapa efisien dalam menggali sumber dana murah untuk intermediasi dan seberapa besar bank mendapatkan penghasilan nonbunga. Cara paling ampuh untuk meraih masa depan itu adalah mengembangkan saluran perbankan elektronik atau dikenal sebagai *electronic banking (e-banking)*. Pengembangan *e-banking* relatif lebih efisien dengan dukungan teknologi informasi.

Elektronik Channel merupakan fasilitas elektronik yang dapat digunakan nasabah untuk bertransaksi perbankan seperti transaksi penarikan uang tunai (ATM), *inquiry* saldo dan mutasi rekening, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, transfer internal dan antar bank dan sebagainya. *E-banking* adalah layanan untuk bertransaksi perbankan melalui *electronic channel* (saluran elektronik). Ada bermacam-macam *e-channel* antara lain *Automatic Teller Machine* (ATM), *Electronic Data Capture* (EDC)/*Point Of Sales* (POS), *internet*

*banking, SMS banking, mobile banking, e-commerce, phone banking, dan video banking.*¹

Teknologi *E-Banking* adalah fasilitas yang digunakan sebagai sarana transaksi. Mengenai perbedaan *E-Banking* pada bank syariah dan bank konvensional, tidak ada halal haram dalam penggunaan media tersebut. Dengan demikian, perbankan ikut memperlancar transaksi perdagangan dan peredaran uang dengan memberikan jaminan kepada nasabah, bertindak sebagai agen, serta memberikan beberapa layanan lain termasuk yang berbasis teknologi informasi seperti *E-Banking*.

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.²

Layanan perbankan melalui *mobile banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih

¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Electronic Banking* (Jakarta: OJK, 2015), 5

² Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif, “*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, Volume IV (1), 2017, 24

banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri.

ATM, *Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri, ini adalah saluran *E-Banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. ATM merupakan mesin yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur.³

Selain melalui mesin ATM, kartu ATM dapat digunakan untuk berbelanja ditempat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila kita mengenal ATM sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul pula ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal pula sebagai *Cash Deposit Machine/CDM*. Layaklah bila ATM disebut sebagai mesin sejuta umat dan segala bisa, karena ragam fitur dan kemudahan penggunaannya.

Kepuasan merupakan faktor penting dalam keberlangsungan dari suatu lembaga. Dalam perbankan, nasabah dikatakan puas apabila mereka tidak meninggalkan perbankan tersebut dan akan terus menerus menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan secara berulang-ulang. Banyak manfaat timbal balik yang dapat diperoleh dari perbankan apabila para anggotanya (nasabah) merasa puas dengan seluruh layanan yang diberikan oleh perbankan. Salah satu dari berbagai manfaat tersebut yaitu secara tidak langsung nasabah tersebut membantu lembaga dalam mempromosikan lembaga perbankan yang bersangkutan.

³ Rinda Hesti Kusumaningtyas dan Elsy Rahajeng, "Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM dan E-Banking dengan Metode TAM", *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 10 (2), 2017, 91

Kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumennya.

Berdasarkan hasil pra survei yang peneliti lakukan di Bank Syariah Mandiri KC. Metro adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1. Jumlah Pengguna *Mobile Banking*, dan ATM di Bank Syariah Mandiri KC. Metro dari Tahun 2016-2019

Tahun	Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i>	Persentase Pengguna <i>Mobile Banking</i>	Jumlah Pengguna ATM	Persentase Pengguna ATM
2016	282	21,93%	318	22,24%
2017	295	22,94%	340	23,78%
2018	339	26,36%	363	25,38%
2019	370	28,77%	409	28,60%
Total	1.286	100%	1.430	100%

(Sumber: Data Nasabah Bank Syariah Mandiri KC. Metro, 2020)

Berdasarkan tabel 1.1. terlihat bahwa jumlah nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Syariah Mandiri KC. Metro tiap tahunnya mengalami kenaikan, pada tahun 2017 mengalami kenaikan dengan persentase pengguna sebesar 22,94%. Pada tahun 2018 jumlah nasabah pengguna *mobile banking* mengalami kenaikan dengan persentase pengguna sebesar 26,36% dan pada tahun 2019 jumlah nasabah pengguna *mobile banking* mengalami

kenaikan dengan persentase pengguna sebesar 28,77%. Kenaikkan tersebut didasarkan pada maraknya penggunaan handphone berbasis android yang dapat mengunduh aplikasi-aplikasi yang dibutuhkan oleh para nasabah, sebagai upaya meminimalisir waktu, situasi, dan kondisi agar lebih efektif dan efisien.

Jumlah nasabah pengguna ATM di Bank Syariah Mandiri KC. Metro tiap tahunnya mengalami kenaikan, pada tahun 2017 mengalami kenaikan dengan persentase pengguna sebesar 23,78%. Pada tahun 2018 jumlah nasabah pengguna ATM mengalami kenaikan dengan persentase pengguna sebesar 25,38% dan pada tahun 2019 jumlah nasabah pengguna ATM mengalami kenaikan dengan persentase pengguna sebesar 28,60%. Pengguna ATM dari tahun ke tahun lebih banyak dibandingkan pengguna internet *banking* dan *mobile banking*. Hal tersebut dikarenakan nasabah lebih membutuhkan uang tunai untuk kebutuhan sehari-hari para nasabah itu sendiri. Sedangkan penggunaan internet *banking* dan *mobile banking* hanya diperuntukkan sebagai alternatif pembayaran non tunai seperti transfer, pembayaran BPJS, tagihan PLN, maupun tagihan bulanan lainnya.

Tolak ukur keberhasilan suatu bank, salah satunya bergantung pada kepuasan nasabah. Untuk itu pihak-pihak terkait harus membangun kepercayaan nasabah agar senantiasa menggunakan jasa atau produk yang telah disediakan. Semakin banyak nasabah memiliki kepercayaan terhadap pihak bank, maka semakin banyak dana yang terhimpun dan diputar kembali dengan meraih profitabilitas secara optimal. Pada industri perbankan,

kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan pelayanan yang berkualitas pada setiap nasabah.

Berdasarkan data tersebut, peneliti ingin mengetahui apakah penggunaan internet *banking*, *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul: “PENGARUH *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE* (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Metro)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. *Mobile banking*, layanan ini dapat dioperasikan sendiri oleh nasabah disetiap waktu dan dimanapun nasabah berada sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.
2. *Automatic Teller Machine* (ATM) dibuat khusus unuk melayani nasabah dalam melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan kartu dan dapat mencapai tingkat kepuasan nasabah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro?
2. Apakah *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro?
3. Apakah *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.
- c. Untuk mengetahui internet *banking*, *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoretis

Manfaat teoretis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan menambah khazanah keilmuan di bidang perbankan syariah khususnya tentang pengaruh *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu dan menjadi tolak ukur khususnya bagi penulis sendiri dan pada umumnya untuk lembaga keuangan terutama Bank Syariah Mandiri KC Metro dalam hal kepuasan nasabah.

E. Penelitian Relevan

Penelitian ini mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya. Untuk itu, penelitian relevan terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam penelitian ini. Sebagaimana penjelasan tersebut, peneliti mengutip skripsi, tesis, jurnal, maupun artikel yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Selain itu, akan terlihat suatu perbedaan yang dicapai oleh masing-masing pihak. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan ialah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian Irfan Nurahmadi Harish pada tahun 2017 yang berjudul, "Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan *Mobile Banking*

Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok)”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.⁴

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dari nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 2,073. Untuk variabel kualitas layanan, t hitung yang didapat sebesar 8,564. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji simultan, kedua variabel secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan F hitung sebesar 61,339. Pada uji koefisien determinasi (R^2), variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 68,3% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Persamaan penelitian ini adalah pada jenis metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada variabel bebas, pada penelitian yang peneliti lakukan menggunakan variabel bebas *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)*.

⁴ Irfan Nurahmadi Harish, “Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok), Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017, Diakses pada tanggal 03 Agustus 2020 dalam website <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35599/1/IRFAN%20NURAHMADI%20HARISH-FEB.pdf>

Sedangkan pada penelitian Irfan Nurahmadi Harish menggunakan variabel bebas kepercayaan nasabah dan kualitas layanan *mobile banking*.

2. Hasil penelitian Yuslia Naili Rahmah pada tahun 2018 yang berjudul, “Pengaruh Penggunaan *Internet Banking* dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas *Internet Banking* terhadap *Cyber Crime* di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.⁵

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa, (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan Penggunaan *Internet Banking* terhadap *Cyber Crime* di wilayah DIY dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,281 dan nilai signifikansi sebesar 0,037, (2) terdapat pengaruh dari masing-masing variabel Perlindungan Nasabah yaitu terdapat pengaruh negatif dan signifikan *Client Charter* terhadap *Cyber Crime* di wilayah DIY dengan nilai koefisien regresi -0,591 dan nilai signifikansi sebesar 0,022, terdapat pengaruh positif dan signifikan Kerahasiaan Data Nasabah terhadap *Cyber Crime* di wilayah DIY dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,630 dan nilai signifikansi sebesar 0,014, tidak terdapat pengaruh dan tidak signifikan *Test and Trial Drive* terhadap *Cyber Crime* di wilayah DIY dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,036 dan nilai signifikansi sebesar 0,852, terdapat pengaruh positif dan signifikan *Customer Support Service* terhadap *Cyber Crime* di wilayah DIY dengan

⁵ Yuslia Naili Rahmah, “Pengaruh Penggunaan *Internet Banking* dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas *Internet Banking* terhadap *Cyber Crime* di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2018, Diakses pada tanggal 03 Agustus 2020 dalam website https://eprints.uny.ac.id/59263/1/Skripsi_Yuslia%20Naili%20Rahmah_14804241008.pdf

nilai koefisien regresi sebesar 0,528 dan nilai signifikansi sebesar 0,014, (3) terdapat pengaruh Penggunaan *Internet Banking* dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas *Internet Banking (Client Charter, Kerahasiaan Data Nasabah, Test and Trial Drive, dan Customer Support Service)* secara bersama-sama terhadap Terjadinya *Cyber Crime* di wilayah DIY dengan nilai Fhitung sebesar 4,714 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,001.

Persamaan penelitian ini adalah pada jenis metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada variabel bebas, pada penelitian yang peneliti lakukan menggunakan dua variabel bebas *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)*. Sedangkan pada penelitian Yuslia Naili Rahmah menggunakan dua variabel bebas *internet banking* dan perlindungan nasabah.

3. Hasil penelitian Siti Nur Halimah pada tahun 2018 yang berjudul, “Pengaruh *Internet Banking* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Tingkat Kepuasan Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Kasus BNI Syariah KC Surakarta)”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri Salatiga.⁶

⁶ Siti Nur Halimah, “Pengaruh *Internet Banking* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Tingkat Kepuasan Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Kasus BNI Syariah KC Surakarta)”, Skripsi, Salatiga: Institut Agama Islam Negri Salatiga, 2018, Diakses pada tanggal 03 Agustus 2020 dalam website Salatiga

Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa (1) pengaruh internet banking terhadap loyalitas, berpengaruh positif namun tidak signifikan ditolak (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas, berpengaruh positif dan signifikan diterima (3) Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, berpengaruh positif dan signifikan diterima (4) *Internet Banking* berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai *variabel intervening* berpengaruh negative dan tidak signifikan ditolak (5) Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai *variabel intervening*, berpengaruh positif dan signifikan diterima.

Persamaan penelitian ini adalah pada jenis metode penelitian yang digunakan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada variabel bebas, pada penelitian yang peneliti lakukan menggunakan dua variabel bebas *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM). Sedangkan pada penelitian Siti Nur Halimah menggunakan dua variabel bebas *internet banking* dan kualitas layanan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Mobile Banking

1. Pengertian *Mobile Banking*

Persaingan bisnis, semakin mempermudah mendapatkan informasi dengan menggunakan teknologi berdampak pada peningkatan interaksi antar individu untuk mendapat informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh terhadap perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, baik dalam kegiatan ekonomi maupun sosial masyarakat termasuk kegiatan transaksi keuangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu yang mengikuti perkembangan teknologi informasi ini adalah perbankan. Perkembangan teknologi ini dilakukan perbankan dengan tujuan agar organisasinya berjalan dengan baik dan meningkatkan prestasi kerjanya. Hal ini diwujudkan dalam pengembangan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk *mobile banking*.

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat

memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.¹

Layanan perbankan melalui *mobile banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri.

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan SMS (*short mesagge service*).² *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi *mobile banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon

¹ Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif, "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, Volume IV (1), 2017, 24

² Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank* (Jakarta: Pustaka Utama, 2013), 71

seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank.

2. Kelebihan dan Kekurangan Layanan *Mobile Banking*

Penggunaan teknologi informasi di dalam sistem bank bertujuan untuk lebih menarik nasabah serta mempertahankan nasabah agar terus menggunakan layanan atau jasa yang diberikan pihak bank. Teknologi informasi juga memberikan keuntungan lain bagi bank karena dalam proses perbankan sendiri segala sesuatunya menjadi lebih praktis, termanajemen, efektif dan efisien.

Kehadiran sistem online yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah bertransaksi dari kantor cabang dari bank yang sama (atau secara terbatas dari bank berbeda) yang berada dimana saja. Ada beberapa persyaratan dari *mobile banking* yaitu aplikasi mudah digunakan, layanan dapat dijangkau dari mana saja, murah, aman dan dapat diandalkan (*reliable*). Keunggulan *mobile banking* telah mengalami berbagai macam terapan teknologi canggih, perbaikan-perbaikan yang berarti, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Selain memiliki kelebihan, layanan ini juga mempunyai kelemahan yang justru datang dari aspek non teknis. Bahaya tersebut akan datang ketika orang lain, dalam hal ini pihak ketiga, mengetahui nomor PIN pengguna *mobile banking*. Kondisi ini akan berdampak tingkat kenyamanan nasabah berbanding terbalik dengan tingkat keamanan yang didapatkan oleh nasabah.³

Kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah

³ Dedeh Sri Sudaryanti, Nana Sahroni, dan Ane Kurniawati, "Analisa Pengaruh *Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia*", Jurnal Ekonomi Manajemen Volume 4 Nomor 2 2018, 97

seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual.

Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan mobile banking oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Penerimaan penggunaan sebuah sistem juga turut dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan sistem tersebut. Hal ini merupakan reaksi psikologis pengguna untuk lebih bersikap terbuka terhadap sesuatu yang mudah dipahami. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem. Persepsi kemudahan penggunaan diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukansikap seorang individu dalam menerima sebuah teknologi.⁴

Beberapa indikator kemudahan terhadap suatu sistem informasi termasuk *mobile banking* yaitu mudah dipelajari dan dioperasikan, mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, dan menambah keterampilan para pengguna. Semakin mudah suatu sistem untuk dipelajari dan digunakan, maka hal tersebut akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

⁴ *Ibid.*, 98

3. Dimensi *Mobile Banking*

Layanan *mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi pada handphone. Dengan adanya handphone dan layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan handphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya.

Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti ceksaldo, transfer antar rekening, pembayaran tagihan dan isi pulsa. *Mobile banking* secara umum saat ini dapat digolongkan menjadi 3 golongan:

- a. *Informational* (bersifat memberi informasi), didalam sistem ini hanya memuat informasi mengenai produkproduk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Risiko dari sistem ini tergolong cukup rendah, karena sistem ini sama sekali tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server hosting situs. Risiko yang mungkin terjadi ialah pengubahan isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah deface). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan sistem dari

bank tersebut, tetapi akan dapat mengacaukan informasi yang ada di situs bank yang bersangkutan.⁵

- b. *Communicative* (bersifat komunikatif), tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, pengubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Dilihat dari cara kerjanya, risiko dari sistem ini jelas lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server di jaringan di bank. Untuk itu diperlukan pengawasan dan penjagaan lebih di sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun program-program yang dapat merusak sistem seperti virus, trojan, dan lain-lain.⁶
- c. *Transactional* (dapat melakukan transaksi), tipe yang terakhir merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe-tipe yang lain, dan pada umumnya juga memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada sistem di tipe yang ketiga ini, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung.⁷ Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan

⁵ Novitasari Putri Wulandari, Nadya Novandriani, dan Karina Moeliono, “*Analisis Faktor-Zaktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung*”, *Bisnis dan Iptek* Vol.10, No. 2, Oktober 2017, 141

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*, 142

yang ada di bank, maka risiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh sebab itu, kontrol yang ketat diperlukan di dalam sistem ini. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini dapat meliputi akses langsung ke account di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain-lain.

B. *Automated Teller Machine (ATM)*

1. *Pengertian Automated Teller Machine (ATM)*

Perkembangan fitur semakin bertambah yang memungkinkan untuk melakukan pemindahbukuan antar rekening, pembayaran (kartu kredit, listrik, dan telepon), pembelian (voucher dan tiket), dan yang terkini transfer ke bank lain.

ATM (Automated Teller Machine) atau Anjungan Tunai Mandiri, ini adalah saluran *E-Banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. ATM merupakan mesin yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur.⁸

Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM dapat pula digunakan untuk berbelanja ditempat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila kita mengenal ATM sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul pula ATM yang dapat menerima setoran uang, yang

⁸ Rinda Hesti Kusumaningtyas dan Elsy Rahajeng, "Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM dan E-Banking dengan Metode TAM", *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 10 (2), 2017, 91

dikenal pula sebagai *Cash Deposit Machine/CDM*. Layaklah bila ATM disebut sebagai mesin sejuta umat dan segala bisa, karena ragam fitur dan kemudahan penggunaannya.

Kartu ATM (*Automated Teller Machine*) atau Anjungan Tunai Mandiri adalah kartu yang memiliki fungsi seperti halnya seorang *teller* bank.⁹ Produk tersebut membuat lompatan teknologi yang luar biasa, menembus batasan ruang dan waktu. Nasabah dibuat nyaman dengan produk jasa ini, karena untuk transaksi yang bermacam-macam cukup bertransaksi di tempat nasabah, dan tidak perlu datang ke bank. Namun tidak semua bank mempunyai produk *Electronic Banking (Internet Banking dan Mobile Banking)*. Saat ini produk ini hanya terbatas pada bank-bank besar, karena biaya pengembangan perangkat keras/*hardware*, perangkat lunak/*software*, membangun jaringan, dan biaya perawatan sangat mahal.

2. Dimensi *Automated Teller Machine* (ATM)

Semakin ketat persaingan antar bank, membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang baik bagi nasabah. Pelayanan jasa yang baik akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Salah satu pelayanan jasa tersebut adalah melalui pemanfaatan ATM. Pemanfaatan ATM merupakan suatu keputusan yang menunjukkan individu menggunakan atau tidak menggunakan teknologi dalam menyelesaikan tugasnya. Manfaat yang

⁹ R. Serfianto D. P., Iswi Hariyani, dan Cita Yustisia Serfiani, *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit dan Uang Elektronik* (Jakarta: VisiMedia, 2012), 17

akan didapat oleh individu yang menggunakan ATM antara lain; lebih hemat waktu dan tenaga daripada bertransaksi melalui teller dan meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi.

Pengukuran pemanfaatan ATM melalui indikator-indikator yang telah ditetapkan yaitu mengukur seberapa banyak manfaat yang dirasakan mahasiswa pengguna ATM, dan frekuensi pemanfaatan ATM. Beberapa faktor yang diyakini akan mempengaruhi pemanfaatan ATM yaitu sebagai berikut:

a. *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan)

Kemudahan penggunaan merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan, jika seseorang yakin bahwa dengan menggunakan teknologi maka akan memudahkan pekerjaan maka dia akan menggunakan teknologi tersebut.¹⁰

b. *Trust* (kepercayaan)

Kepercayaan merupakan komponen yang sangat penting dalam menciptakan hubungan dengan nasabah. Untuk itu bank sebagai penyedia layanan jasa ATM sudah seharusnya selalu menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh nasabah bank.¹¹

c. *Perceived risk* (persepsi risiko)

Melalui layanan ATM risiko yang dipersepsi oleh nasabah adalah risiko kehilangan data, risiko pencurian, risiko biaya besar dan

¹⁰ Delima Sari Lubis, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi Nasabah Perbankan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)", At-Tijarah, Volume 3, No. 1, Juni 2017, 37

¹¹ *Ibid.*

risiko penipuan. Untuk meminimalkan risiko tersebut penggunaan kartu ATM yang diterbitkan oleh penerbit di Indonesia saat ini telah menggunakan chip dan PIN enam digit. Teknologi Chip adalah kartu yang dilengkapi dengan integrated circuit dengan menggunakan standar yang telah berlaku secara internasional di berbagai belahan dunia. Penggunaan teknologi chip dapat mengurangi risiko terjadinya pemalsuan kartu dan pencurian data identitas pada kartu. Penggunaan chip juga dapat meningkatkan efisiensi karena chip dilengkapi dengan aplikasi yang bersifat multifungsi dan dapat menyimpan lebih banyak informasi data.¹²

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut *fee based income*.

C. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Persaingan dunia usaha saat ini semakin ketat. Termasuk persaingan bisnis dalam bidang jual beli kendaraan bermotor. Kesempatan peluang pasar tidak datang begitu saja, diperlukan

¹² *Ibid.*

keaktivitas bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Untuk itu perlu adanya pengelolaan dan manajemen pasar yang mampu menjawab persaingan tersebut. Usaha tersebut perlu adanya dukungan dari segala pihak baik dari perusahaan maupun para karyawannya.

Salah satu unsur yang penting dan perlu mendapat perhatian dalam dunia usaha adalah keberadaan nasabah. Nasabah merupakan pemakai barang atau jasa yang tersedia. Para nasabah pasti akan mencari produk-produk barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya, sehingga dapat memuaskan dirinya. Seorang nasabah dalam memutuskan pembelian suatu barang atau jasa, tentu mempunyai beberapa pertimbangan. Adapun pertimbangan seseorang dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk antara lain: pilihan merk suatu produk, dan toko. Memahami kebutuhan nasabah dan proses pembelian adalah dasar bagi suksesnya pemasaran karena dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif untuk mendukung penawaran yang menarik bagi pasar sasaran.¹³

Seorang nasabah dalam memutuskan pembelian suatu barangataujasa, tentu mempunyai beberapa pertimbangan. Adapun pertimbangan seseorang dalam memutuskan pembelian terhadap suatu produk antara lain: pilihan merk suatu produk, dan toko. Memahami kebutuhan nasabah dan proses pembelian adalah dasar bagi suksesnya pemasaran karena dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif untuk mendukung penawaran yang menarik bagi pasar sasaran.

Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila kinerja tidak dapat memenuhi

¹³ Eswika Nilasari dan Istiatin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo", Jurnal Paradigma. Volume 13 Nomor 01, 2015, 2.

harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Dalam konteks kualitas produk dan kepuasan, terdapat konsensus bahwa harapan nasabah memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan.¹⁴

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan nasabah terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh nasabahnya.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Pengertian kepuasan nasabah antara lain:

- a. Hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut.
- b. Respondari nasabah terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan.
- c. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau outcome yang dirasakan dengan harapan-harapan terhadap suatu produk.

¹⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 81

- d. Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.
- e. Kepuasan nasabah merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari nasabah dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.¹⁵

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan nasabah adalah hasil atau tingkat penilaian seseorang terhadap suatu produk yang dikonsumsinya setelah dirasakan dan dibandingkan dengan harapan-harapan para nasabah yang dapat terpenuhi sehingga apabila harapan dari nasabah tersebut terpenuhi maka akan ada kesetiaan terhadap produk yang dikonsumsinya. Kesetiaan tersebut akan berefek pada pembelian atau pemakaian produk yang berulang-ulang. Menggunakan kembali produk pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari, hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi nasabah dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

2. Dimensi Kepuasan Nasabah

Salah satu cara memenangkan persaingan adalah perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya,

¹⁵ Eswika Nilasari dan Istiatin, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan...*”, 3.

misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya akan menyebabkan nasabah menjadi lebih puas. Kepuasan nasabah merupakan situasi yang ditunjukkan oleh nasabah ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, nasabah akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, nasabah akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka nasabah akan merasa sangat puas.¹⁶

Kepuasan nasabah merupakan tindakan nasabah yang terlihat terkait dengan produk atau jasa. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih setidaknya memberikan hasil sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah. Nasabah juga cenderung akan merasa puas apabila keuntungan yang mereka peroleh melebihi atau setidaknya sama dengan apa yang mereka harapkan sebelumnya.

Kepuasan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.¹⁷ Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan nasabah

¹⁶ Dwi Aliyyah Apriyani dan Sunarti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 51 No. 2, 2017, 3.

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019), 378.

merupakan situasi yang ditunjukkan oleh nasabah ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Kepuasan nasabah yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan performansi (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, maka nasabah akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, nasabah akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas. Harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Nasabah yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberikomentar yang baik tentang perusahaan.

Sembilan dimensi yang dipakai untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

- a. Kepuasan produk (*Product satisfaction*). Kepuasan produk merupakan salah satu variabel yang diukur, dimana kepuasan nasabah adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan nasabah, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang

menyediakan tingkat kesenangan nasabah berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi nasabah sehingga nasabah berniat untuk membeli kembali produk tersebut dan akan semakin setia karena merasa tidak bosan menggunakan produk tersebut apabila dilakukan inovasi seiring berkembangnya teknologi.¹⁸

- b. Kepercayaan (*Confidence*). Penciptaan awal hubungan mitra dengannasabah didasarkan atas kepercayaan. Apabila nasabah percaya, maka akan tumbuh rasa loyalitas. Kepercayaan dibangun sebelum pihak-pihak tertentu saling mengenal satu sama lain melalui interaksi atau transaksi. Kepercayaan merupakan faktor paling krusial dalam setiap relasi, sekaligus berpengaruh pada komitmen.
- c. Kesetiaan (*Loyalty*). Terjadinya loyalitas merek pada nasabah disebabkan oleh adanya pengaruh kepuasan dan ketidakpuasan terhadap merek tersebut yang terakumulasi secara terus menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas produk. *Customer loyalty* atau loyalitas nasabah adalah kelekatan nasabah pada suatu merek, toko, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik, seperti pembelian ulang. Perlu ditekankan bahwa hal tersebut berbeda dengan perilaku membeli ulang, loyalitas nasabah

¹⁸ Yugowati Praharsi, Nofi Erni, dan Bohal Juanda Sinambela, "Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah terhadap Produk Air Minum (Studi Kasus: Perusahaan CV.OEN Jaya)", Jurnal Metris, Vol. 16, 2015, 35

menyertakan aspek perasaan, tidak melibatkan aspek afektif didalamnya.¹⁹

- d. Niat membeli (*Purchase intention*). Sebelum pembelian, nasabah mulai dengan mengumpulkan informasi produk berdasarkan pengalaman pribadi dan lingkungan eksternal. Ketika jumlah informasi mencapai tingkat tertentu, nasabah memulai penilaian dan proses evaluasi, dan membuat keputusan pembelian setelah perbandingan dan penilaian. Oleh karena itu, niat beli sering digunakan untuk menganalisis perilaku nasabah dalam mempelajari hubungan. Niat beli nasabah berarti memiliki kecenderungan subyektif terhadap produk tertentu, dan telah terbukti menjadi faktor kunci untuk memprediksi perilaku nasabah.
- e. Kualitas produk (*Product Quality*). Kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan nasabah adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya, dimana nasabah akan merasa puas apabila sebuah produk memiliki kualitas yang baik.

¹⁹ *Ibid.*, 36

- f. Inovasi produk (*Product innovation*). Inovasi merupakan sebuah ide, praktek, atau obyek yang dipahami sebagai sesuatu yang baru oleh masing-masing individu atau unit pengguna lainnya. Proses keputusan inovasi pada prinsipnya merupakan kegiatan pencarian dan pemrosesan informasi dimana individu termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian tentang keuntungan dan kekurangan inovasi.
- g. Kesadaran/Pengetahuan akan produk (*Product Awareness*). Kesadaran merek merupakan kemampuan pembeli untuk mengenal atau menyebut merek tanpa kategorinya secara detail untuk membeli sesuatu. Kesadaran merek (*brand awareness*) sebagai kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak nasabah ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan. Semakin berkualitasnya sebuah merek, akan memacu nasabah untuk terusmenerus membeli produk.²⁰
- h. Persepsi nilai (*Customer Value*). *Customer Value* adalah pilihan yang dirasakan nasabah dan evaluasi terhadap atribut produk, kinerja atribut dan konsekuensi yang timbul dari penggunaan produk untuk mencapai tujuan dan maksud nasabah ketika menggunakan produk. *Customer Value* sebagai persepsi nasabah terhadap konsekuensi yang diinginkannya dari penggunaan suatu

²⁰ *Ibid.*

produk/jasa. Persepsi nilai yang nasabah inginkan dapat dijabarkan sebagai preferensi yang nasabah rasakan terhadap ciri produk, kinerja, dan sejauh mana telah memenuhi apa yang diinginkannya.

- i. Harga (*Price*). Nasabah yang baru lebih sensitif dalam perbandingan harga daripada nasabah yang lama dalam waktu melakukan transaksi pembelian. Hal inilah yang kadang menciptakan kesempatan untuk membedakan harga bagi pendatang baru dikaitkan dengan harga yang sangat sensitif. Harga juga menentukan bahwa nasabah akan merasa puas jika membeli produk atau menggunakan sebuah jasa.²¹

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah fitur produk dan jasa yang merupakan sebuah model awal yang menyertai produk tersebut. Perusahaan yang dapat menciptakan model dari tingkat lebih tinggi dengan menambahkan berbagai fitur akan mampu bersaing untuk membedakan salah satu produk terhadap produk sejenis lainnya. Mengenalkan fitur baru kepada para nasabah yang membutuhkan dan dianggap bernilai menjadi salah satu cara yang efektif untuk bersaing.

3. Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah bisa diukur dengan indikator-indikator tertentu. Jika sebuah perusahaan berhasil menilai indikator tersebut,

²¹ *Ibid.*, 37

maka perusahaan bisa berinovasi untuk mengejar tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Kepuasan nasabah bisa terbentuk dari perbandingan antara harapan dan kenyataan saat membeli produk/jasa. Kepuasan nasabah adalah hal yang kompleks. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah bisa berasal dari kualitas produk ataupun pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Empat metode yang banyak digunakan dalam mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

- a. Sistem Keluhan dan Saran. Setiap organisasi yang berorientasi pada nasabah (*customer-oriented*), perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para nasabahnya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan dilokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati nasabah), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *websites* yang sudah sangat mudah diakses pada masa kini melalui internet, melalui *social media* (*instagram, facebook, twitter*) dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga

memungkinannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.²²

Berdasarkan karakteristiknya, metode ini bersifat pasif, karena perusahaan menunggu inisiatif nasabah untuk menyampaikan atau keluhan nasabah. Oleh karenanya, sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan nasabah melalui cara ini semata. Tidak semua nasabah yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari nasabah juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai bagi mereka yang telah bersusah-payah “berpikir” (menyumbangkan ide) kepada perusahaan.

- b. *Ghost/Mystery Shopping*. Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan nasabah adalah dengan memperkerjakan beberapa orang ghost shoppers untuk berperan atau berpura-pura sebagai nasabah potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staff penyedia jasa dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut, mereka kemudian diminta untuk melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan

²² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip...*, 395.

kelemahan produk perusahaan dan pesaing. Biasanya para ghost shoppers diminta mengamati secara seksama dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik nasabah, menjawab pertanyaan nasabah dan menangani setiap keluhan. Bilamana memungkinkan, ada baiknya pula jika para manajer perusahaan terjun langsung menjadi ghost shoppers untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan nasabahnya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misalnya dengan cara menelpon perusahaannya sendiri dan mengajukan beberapa keluhan dan pertanyaan). Bila karyawan tahu bahwa dirinya sedang dinilai, tentu saja perilakunya akan menjadi sangat manis dan hasil penilaiannya akan bias.²³

c. *Lost Customer Analysis*. Sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para nasabah yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang diperlukan, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, dimana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan nasabahnya. Hanya saja kesulitan penerapan metode ini adalah

²³ *Ibid.*

pada mengidentifikasi dan mengontak mantan nasabah yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan. Sebagian diantara mantan nasabah mungkin sudah tidak lagi tertarik atau tidak melihat adanya manfaat dari memberikan masukan bagi perusahaan.²⁴

- d. Survei kepuasan nasabah. Sebagian besar riset kepuasan nasabah dilakukan dengan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, *e-mail*, *websites*, maupun wawancara langsung. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari nasabah dan juga akan memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para nasabahnya.²⁵

Harapan merupakan perkiraan atau tingkat keyakinan nasabah tentang pelayanan yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi yang dilakukan nasabah dalam melakukan pembelian. Harapan nasabah merupakan keyakinan nasabah sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Dalam beberapa hal belum tercapai kesepakatan, misalnya: sifat standar harapan yang spesifik, jumlah standar yang digunakan, maupun sumber harapan.

Model konseptual mengenai harapan nasabah terhadap jasa dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

²⁴ *Ibid.*, 396.

²⁵ *Ibid.*

- a. *Enduring Service Intensifiers* merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong nasabah untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai jasa.
- b. *Personal Need/Kebutuhan* perorangan, kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejateranya juga sangat memerlukan harapannya. Misalnya kebutuhan fisik, sosial, psikologi.
- c. *Transitory Service Intensifiers*, faktor individual yang bersifat sementara (jangka rendah) yang meningkatkan sensitivitas nasabah terhadap jasa. Faktor itu mencakup:
 - a) Situasi darurat pada saat nasabah sangat membutuhkan jasa dan ingin menyediakan jasa dan dapat membantunya
 - b) Jasa terakhir yang dikonsumsi nasabah dapat pula menjadi acuannya untuk menentukan baik-buruknya jasa berikutnya.
- d. *Perceived Service Alternatives* merupakan persepsi nasabah terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika nasabah memiliki beberapa alternatif, maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.
- e. *Self Perceived Service Role* merupakan persepsi nasabah tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Apabila nasabah terlibat dalam proses penyampaiannya jasa dan jasa yang terjadi ternyata tidak begitu

baik, maka nasabah tidak bisa menimpakan kesalahan sepenuhnya kepada pihak penyedia jasa.

- f. *Situational Factors*/faktor situasi, faktor situasi terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa, yang berada diluar kendali penyedia jasa.
- g. *Explicit Services Promises*/Janji pelayanan secara eksplisit merupakan pernyataan (secara personal atau *non personal*) oleh organisasi tentang jasanya kepada nasabah.²⁶

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa faktor *enduring service intensifiers* merupakan faktor yang dirasakan oleh para nasabah. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain, harapan nasabah melatar belakangi mengapa pelayanan dapat dinilai berbeda oleh nasabahnya. Umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya. Setiap nasabah pasti memiliki harapan dalam membuat suatu keputusan pembelian, harapan inilah yang memiliki peran besar sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas produk tersebut maupun kepuasan nasabah. Ketika nasabah mendapatkan suatu produk sesuai dengan harapannya, maka nasabah akan mempertahankan produk yang didapatkannya sehingga tercipta sikap loyal dari nasabah itu sendiri. Maka dapat disimpulkan bila semakin

²⁶ Eswika Nilasari dan Istiatin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan...", 5-6.

besar harapan nasabah yang terpenuhi maka semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan konsep yang jauh lebih luas dari sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi menunjukkan produk yang digunakan berkualitas. Nasabah selalu menuntut produk yang berkualitas pada setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan membarikan nilai tambah di benak nasabah.

Aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu :

- a. *Warranty costs*, dalam aspek ini beberapa perusahaan dalam menangani *warranty costs* produk/jasa mereka dilakukan melalui persentase penjualan. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada nasabah biasanya karena perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk yang mereka jual kepada nasabah.
- b. Penanganan terhadap komplain dari nasabah, secara statistik hal ini penting untuk diperhatikan, namun seringkali terlambat bagi perusahaan untuk menyadarinya. Bila komplain/klaim dari nasabah tidak secepatnya diatasi, maka *customer defections* tidak dapat dicegah.

- c. *Market Share* merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika *market share* diukur, maka yang diukur adalah kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.
- d. *Costs of poor quality*, hal ini dapat bernilai memuaskan bila biaya untuk *defecting customer* dapat diperkirakan.
- e. *Industry reports*, terdapat banyak jenis dan *industry reports* ini, yakni *report yang fairest, most accurate, dan most eagerly* yang dibuat oleh perusahaan.²⁷

Aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah ketika perusahaan mampu menangani komplain atau keluhan yang dialami oleh nasabah. Semakin cepat perusahaan menangani keluhan dari nasabah maka semakin berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tersebut. Berdasarkan fakta yang ada di lapangan, penanganan terhadap komplain dari nasabah listrik Prabayar dan Pascabayar oleh perusahaan listrik menjadi hal yang sangat penting dalam memenuhi kepuasan nasabah itu sendiri, maka hal yang dapat diukur adalah hal yang berkaitan dengan kinerja perusahaan dalam menangani komplain/klaim dari nasabah secara cepat dan tepat.

Kepuasan nasabah merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh nasabah yang membandingkan antara tingkatan

²⁷ Eswika Nilasari dan Istiatin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan...", 6.

dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaayang diharapkan oleh nasabah. Indikator kepuasan nasabah yaitu:

- a. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) yaitu ungkapan perasaanpuas atau tidak puas dari nasabah saat menerima pelayanan yang baik dan produk yangberkualitas dari perusahaan.
- b. Selalu membeli produk yaitu nasabah akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
- c. Akan merekomendasikan kepada orang lain yaitu nasabah yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampumenciptakan nasabah baru bagi suatu perusahaan.
- d. Terpenuhinya harapan nasabah setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan nasabah.²⁸

Merasa puas adalah ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari nasabah saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan. Selalu memakai produk yaitu nasabah akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila

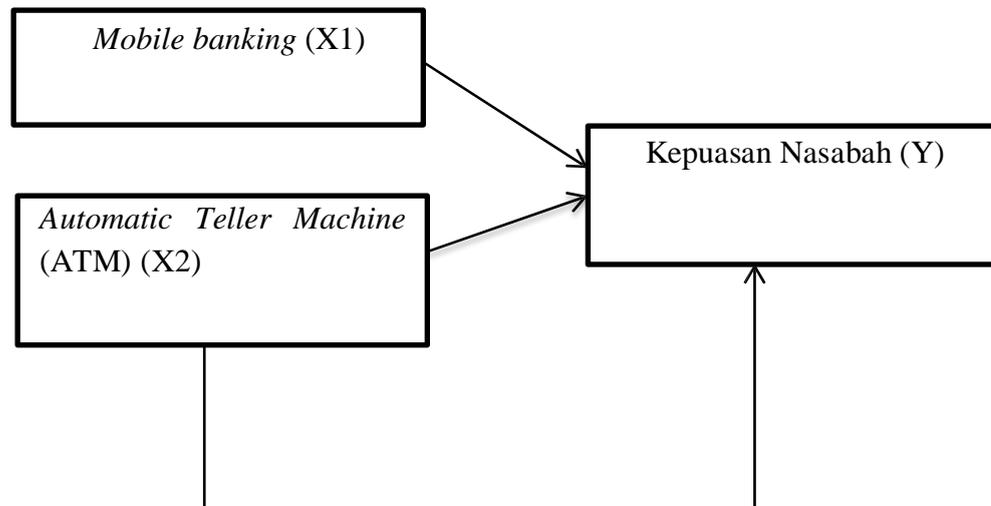
²⁸ Oktavia Retno Maharani, Heri Wijayanto, Tegoeh Hari Abrianto, “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah)*”, Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, Volume 4 Nomor 1, 2020, 102

tercapainya harapan yang diinginkan. Akan merekomendasikan kepada orang lain yaitu nasabah yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan nasabah baru bagi suatu perusahaan. Terpenuhinya harapan nasabah setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan nasabah.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat digambarkan secara sistematis hubungan antara variabelnya dalam suatu paradigma penelitian. Dimana paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis data dan jumlah hipotesis dan teknik analisis statistik yang akan digunakan, menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori yang dikonstruksi sebagai suatu pandangan yang mendasar dari suatu disiplin ilmu.

Berdasarkan kerangka pemikiran maka peneliti gambarkan paradigma penelitian hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian Keterkaitan Antar Variabel

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pernyataan yang dikemukakan dalam perumusan masalah. Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan merupakan kesimpulan yang akan diuji kebenarannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H₁: *Mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.

H₂: *Automatic Teller Machine (ATM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.

H₃: *Mobile banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan-permasalahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penolakan dalam bentuk dokumen data empiris lapangan.

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detsil karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.

Penelitian ini untuk menguji pengaruh Variabel X (*mobile banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)*) terhadap variabel Y (kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro). Sedangkan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Alasan dipilihnya

jenis penelitian ini karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh *mobile banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan nasabah BSM. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu dua variabel bebas (X) *mobile banking*, *Automatic Teller Machine* (ATM) dan satu variabel terikat (Y) kepuasan nasabah BSM di Bank Syariah Mandiri KC Metro.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode survei yang dilakukan terfokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Berdasarkan tingkat eksplansinya peneliti ini di golongan dalam penelitian asosiatif kausal atau hubungan, yaitu peneliti untuk mengetahui sebab akibat, hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y).

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen atau variabel bebas (X) dan variabel dependen atau variabel terikat (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Variable Bebas (*Independent Variable*) (X)

a. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/handphone GSM (*Global for Mobile Communication*) atau CDMA dengan menggunakan layanan SMS (*short mesagge service*).¹

b. *Automated Teller Machine* (ATM)

Kartu ATM (*Automated Teller Machine*) atau Anjungan Tunai Mandiri adalah kartu yang memiliki fungsi seperti halnya seorang *teller bank*.²

2. Variable Terikat (*Dependent Variable*) (Y)

Kepuasan nasabah didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Dalam konteks kualitas produk dan kepuasan, terdapat konsensus bahwa harapan nasabah memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan.³

¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank* (Jakarta: Pustaka Utama, 2013), 71

² R. Serfianto D. P., Iswi Hariyani, dan Cita Yustisia Serfiani, *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit dan Uang Elektronik* (Jakarta: Visi Media, 2012), 17

³ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 81

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KC Metro yang berjumlah 779 nasabah.

2. Sampel

Sampel sering juga disebut contoh, yaitu himpunan bagian (subset) dari suatu populasi. Sebagai bagian dari populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi. Apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Tetapi, jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 779 nasabah Bank Syariah Mandiri KC Metro dan menggunakan tingkat presisi sebesar 5%. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Seluruh Populasi

e = Toleransi Error

Berdasarkan informasi yang diketahui bahwa jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri KC Metro adalah 779 nasabah dengan batas kesalahan 5% dan sampel diambil 10% dari jumlah nasabah yaitu sebanyak 78 nasabah, maka dengan menggunakan rumus tersebut diperoleh:

$$n = N (1 + N e^2)$$

$$78 = (1 + 78 \times 0,05 \times 0,05)$$

$$n = 65,27 \text{ (dibulatkan menjadi 65)}$$

Hasil perhitungan didapatkan jumlah minimum sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 65 responden.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan metode atau cara menentukan sampel dan besar suatu sampel. Teknik pengambilan sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representative dari populasi. *Representative* maksudnya sampel yang diambil benar-benar mewakili dan menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Untuk menentukan besarnya sampel yang dapat diambil dari populasi yang ada, kita dapat menggunakan teknik sampling yang ada. Untuk menentukan sebagian yang dapat mewakili populasi dibutuhkan suatu cara yang disebut sampling. Sampling adalah pengambilan sampel dari suatu populasi.

Cara yang ditempuh untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan random sampling. Random sampling adalah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Peneliti menggunakan random sampling dengan cara semua

anggota populasi dicatat dan diberi nomor urut, kemudian nomer-nomer inilah yang akan diundi dengan membuat gulungan-gulungan yang nantinya di acak untuk dijadikan sampel.

Peneliti mengambil 10% dari jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri KC Metro sebanyak 65 nasabah. Dengan demikian dapat diketahui bahwa teknik random sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan, dengan mencampur subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada respondep untuk menjawab.

Tabel 2. Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Kurang Setuju (KS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Tabel 3. Penilaian

Kriteria	Penilaian	
	Skor Positif	Skor Negatif
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5
Tidak Setuju (TS)	2	4
Kurang Setuju (KS)	3	3
Setuju (S)	4	2
Sangat Setuju (SS)	5	1

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa kuesioner yang berisi butir-butir pertanyaan. Penyusunan kuesioner didasari pada konstruksi teoritik yang telah disusun sebelumnya. Kemudian atas dasar teori tersebut dikembangkan dalam indikator-indikator dan selanjutnya dikembangkan dalam butir-butir pertanyaan. Instrumen ini disusun dengan menggunakan skala likert. Adapun kisi-kisi kuesioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Butir Pertanyaan
1	<i>Mobile Banking</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Informational</i> (bersifat memberi informasi) - <i>Communicative</i> (bersifat komunikatif) - <i>Transactional</i> (dapat melakukan transaksi) 	1, 2, 3, 4 5, 6, 7 8, 9, 10
2	<i>Automated Teller Machine (ATM)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived ease of use</i> (persepsi kemudahan penggunaan) - <i>Trust</i> (kepercayaan) - <i>Perceived risk</i> (persepsi risiko) 	1, 2, 3, 4 5, 6, 7, 8 9, 10

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Butir Pertanyaan
3	Kepuasan Nasabah BSM	- Perasaan puas - Selalu menggunakan produk merekomendasikan kepada orang lain - Terpenuhinya harapan	1, 2, 3 4, 5, 6 7, 8 9, 10

F. Uji Instrumen Penelitian

Sebelum digunakan pada peneliti sesungguhnya, kuesioner harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu instrumen. Dari uji coba tersebut dapat diketahui kelayakan dari instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data responden. Baik tidak instrumen yang digunakan akan berpengaruh terhadap hasil penelitian. Uji instrumen digunakan terhadap 15 responden. Pengujian instrumen penelitian dengan menggunakan program SPSS 20 (*statistica packages for the social science*).

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan kemampuan sebuah skala untuk mengukur konsep yang dimaksud. Manfaat dari uji validitas untuk mengetahui apakah item-item yang ada dalam kuesioner benar-benar mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur variabel peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada responden. Setelah mendapatkan data dari responden kemudian

dilakukan uji *construct* dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Butir-butir pertanyaan yang mempunyai faktor loading yang valid yaitu ≥ 0.50 menunjukkan bahwa indikator-indikator yang ada merupakan suatu kesatuan alat ukur yang mengukur suatu konstruk yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya dapat diprediksi. Item-item yang mengukur konsep yang sama akan memiliki korelasi yang tinggi dan berkorelasi rendah dengan item-item yang mengukur konsep yang berbeda. Hal ini ditunjukkan dengan muatan faktor item yang tinggi pada satu faktor yang seharusnya diukur saja dan bermuatan faktor rendah pada faktor rendah yang diukur oleh item-item.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukur). Reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi dan masalah ketepatan. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Pengukuran ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0.70 meskipun nilai 0.60 masih dapat diterima.

G. Analisis Data

Penguji persyaratan analisis dilakukan sebelum uji hipotesis, yang meliputi uji normalitas dan uji linieritas. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20 (*statistica packages for the social science*).

1. Uji Normalitas Data

Tujuan dari normalitas adalah Uji normalitas untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.

Namun untuk memberikan kepastian dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan uji normalitas dengan menggunakan rumus Chi-Square atau Chi-Kuadrat. Langkah-langkah untuk menguji normalitas dengan menggunakan rumus Chi Kuadrat sebagai berikut:

$$x^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)}{E_i}$$

Keterangan:

X^2 : Nilai X^2

O_i : Nilai *Observasi*

E_i : Nilain *expected* / harapan, luasan interval berdasarkan tabel normal dikalikan N (total *frekuensi*) (pi x N)

N : Banyaknya angka pada data (total *frekuensi*)

3. Uji Homogenitas

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian Homogenitas. Pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai seram tidaknya variansi sampel-sampel yang diambil dari populasi yang sama. Uji homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji barlett.

4. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kasual antara dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

y : Kepuasan Nasabah

e : Standar Error

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisiensi regresi dari masing-masing variabel independen

X_1 : *Mobile banking*

X_2 : *Automatic Teller Machine (ATM)*

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Untuk menguji kebenaran hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan menggunakan uji t. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha=0,05$). Jika signifikansi t hitung lebih besar dari α maka H_0 diterima, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika signifikansinya lebih kecil dari α maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis melalui uji t dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\sqrt{\quad}}{\sqrt{\quad}}$$

Keterangan:

t = nilai

r = koefisien korelasi antara variable x dan y

n = jumlah responden

= kuadrat koefisien antara variable x dan y

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan ini

berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan melihat tingkat signifikansinya, kemudian membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan (5% atau 0,05). Dengan derajat keyakinan tertentu, jika F hitung $\leq F$ tabel maka H_0 ditolak, sedangkan jika F hitung $\geq F$ tabel maka H_0 diterima. Untuk menguji hipotesis melalui uji f maka digunakan rumus sebagai berikut:

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

k = Banyaknya variabel independen

n = Banyaknya anggota sampel

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan 1. Nilai R^2 yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terkait sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Kelemahan penggunaan koefisien determinasi R^2 adalah bias terhadap variabel terikat yang ada dalam model. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang baik.

Setiap tambahanya variabel independen, maka R^2 pasti akan meingkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika dalam uji empiris didapat nilai *Adjusted* R^2 negatif, maka nilai *Adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Dengan demikian, pada penelitian ini tidak menggunakan R^2 namun menggunakan nilai *Adjusted* R^2 untuk mengevaluasi model regresinya. Rumus koefisien determinasi:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

r = Korelasi parsial

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah Bank Syariah Mandiri KC Metro

PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi *idealisme* usaha dengan nilai-nilai spiritual. Bank Syariah Mandiri tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi *idealisme* usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.¹

Seiring dengan kesadaran masyarakat Kota Metro tentang perekonomian syariah, masyarakat Metro mulai menginginkan menggunakan jasa perbankan syariah. Di tengah kondisi masyarakat yang menginginkan hal tersebut, Bank Syariah Mandiri hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Kota Metro. Bank Syariah Mandiri berdiri di Metro pada tanggal 24 Oktober 2005 yang mana saat itu berstatus Kantor Cabang Pembantu (KCP) yang menginduk pada Bank Syariah Mandiri KC Bandar Lampung. Kantor BSM KCP

¹ <http://www.syariahmandiri.co.id/>, Diakses pada tanggal 26 Januari 2021

Metro awal berdiri beralamat di Jl. Mayjend. Ryacudu No. 8 B Kota Metro. Pada tanggal 11 November 2011 BSM KCP Metro naik status menjadi Kantor Cabang (KC) dan berpindah alamat menjadi Jl. Jend. Sudirman No. 43 E-F Kota Metro.²

Bank Syariah Mandiri Metro merupakan Kantor Cabang (KC) dari PT Bank Syariah Mandiri yang terletak di Kota Metro Lampung. Didirikan dengan tujuan perluasan jaringan kantor. Bank Syariah Mandiri terdiri atas Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat, Bank Syariah Mandiri Kantor Wilayah, Bank Syariah Mandiri Kantor Area, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu dan Bank Syariah Mandiri Kantor Kas. Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri Metro berawal dari Kantor Cabang Pembantu pada tahun 2005. Pada bulan November 2011 Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Metro naik status karena kinerjanya yang bagus menjadi Kantor Cabang.³

Kehadiran Bank Syariah Mandiri (BSM) sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang

² <http://www.syariahamandiri.co.id/>, Diakses pada tanggal 26 Januari 2021

³ <http://www.syariahamandiri.co.id/>, Diakses pada tanggal 26 Januari 2021

didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.⁴

b. Visi Misi Bank Syariah Mandiri KC Metro

Visi

"Bank Syariah Terdepan Dan Modern" (*The Leading & Modern Sharia Bank*)

- 1) Bank Syariah Terdepan : Menjadi bank Syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, SME, commercial, dan corporate*.
- 2) Bank Syariah Modern : Menjadi bank Syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.⁵

Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.

⁴ <http://www.syariahmandiri.co.id/>, Diakses pada tanggal 26 Januari 2021

⁵ <http://www.syariahmandiri.co.id/>, Diakses pada tanggal 26 Januari 2021

6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.⁶

c. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri KC Metro

Sebagai lembaga yang menjadi intermediasi antara masyarakat yang mempunyai kelebihan dana (*Shahibul Maal*) dengan masyarakat yang membutuhkan dana (*Mudharib*), dalam menjalankan operasional perbankan syariah, PT. Bank Syariah Mandiri mempunyai produk-produk perbankan sebagai berikut⁷:

a) BSM Card

BSM Card merupakan kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (*EDC/Electronic Data Capture*).

b) BSM Mobile Banking Gprs

Layanan transaksi perbankan melalui *mobile banking* (*handphone*) berbasis gprs

c) BSM Net Banking

Net banking adalah layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui jaringan internet ke alamat

<http://www.syariahamandiri.co.id/>.⁸

2. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah dikumpulkan oleh peneliti berupa kuesioner sebanyak 30 item/instrumen pernyataan. Kemudian direkapitulasi dan dianalisis untuk mengetahui pengaruh

⁶ <http://www.syariahamandiri.co.id/>, Diakses pada tanggal 26 Januari 2021

⁷ <http://www.syariahamandiri.co.id/>, Diakses pada tanggal 26 Januari 2021

⁸ <http://www.syariahamandiri.co.id/>, Diakses pada tanggal 26 Januari 2021

variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*) dengan menggunakan analisis kuantitatif.

a. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menggunakan data yang berbentuk angka pada analisis statistik. Berdasarkan tingkat penjelasan dari kedudukan variabelnya, maka penelitian ini bersifat *asosiatif kausal* yaitu penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat antara variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y).⁹ Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri pada bulan Januari 2021 dengan responden sebanyak 65 nasabah.¹⁰

Teknik pengambilan sampel dengan *random sampling* adalah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Peneliti menggunakan *random sampling* dengan cara semua nasabah populasi dicatat dan diberi nomor urut, kemudian nomor-nomor inilah yang akan diundi dengan membuat gulungan-gulungan yang nantinya di acak untuk dijadikan sampel.¹¹ Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif disajikan sebagai berikut:

⁹ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), 99

¹⁰ Tiara Nichel Aprilia, Diolah pada tanggal 30 Januari 2021

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 82.

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan per Bulan. Deskripsi karakteristik reponden disajikan sebagai berikut:

1) Usia

Deskripsi karakteristik reponden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
20-30 tahun	24	36,92
31-40 tahun	29	44,62
>40 tahun	12	18,46
Total	65	100

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Tabel 4.1. menunjukkan bahwa responden berusia 20-30 tahun tahun sebanyak 24 orang (36,92%), responden berusia 31-40 tahun sebanyak 29 orang (44,62%), responden >40 tahun sebanyak 12 orang (18,46%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang menjadi reponden sebagian besar merupakan responden dengan usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 29 nasabah dengan persentase 44,62%.

2) Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	28	43,08
Perempuan	37	56,92
Total	65	100

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Tabel 4.2. menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 28 orang (44,62%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 37 orang (56,92%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 37 nasabah dengan persentase sebesar 56,92%.

3) Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	7	10,77
PNS	26	40,00
Pegawai Swasta	21	32,31
Lain-Lain	11	16,92
Total	65	100

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Tabel 4.3. menunjukkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 7 orang (10,77%), responden berdasarkan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 26 orang (40%), responden berdasarkan pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 21 orang (32,31%), dan responden berdasarkan pekerjaan lainnya sebanyak 11 orang (16,92%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berdasarkan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 26 nasabah dimana persentase sebanyak 40%.

4) Penghasilan per Bulan

Deskripsi karakteristik reponden berdasarkan penghasilan per bulan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan

Penghasilan per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
<Rp.1.000.000	12	18,46
Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000	36	55,38
>Rp.3.000.000	17	26,16
Total	65	100

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Tabel 4.4. menunjukkan bahwa responden berdasarkan penghasilan per bulan <Rp.1.000.000 sebanyak 12 orang (18,46%), responden berdasarkan penghasilan per bulan Rp.1.000.000-Rp.3.000.000 sebanyak 36 orang (55,38%), dan responden penghasilan per bulan >Rp.3.000.000 sebanyak 17 orang (26,16%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berdasarkan penghasilan per bulan adalah nasabah dengan penghasilan Rp.1.000.000-Rp.3.000.000 sebanyak 36 nasabah dengan persentase sebesar 55,38%.

5) Mengetahui BSM Kantor Cabang Metro

Deskripsi karakteristik reponden berdasarkan mengetahui BSM Kantor Cabang Metro disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan mengenai BSM Kantor Cabang Metro

Mengetahui BSM Kantor Cabang Metro	Frekuensi	Persentase (%)
Teman	34	52,31
Saudara	8	12,31
Situs Online	17	26,15

Mengetahui BSM Kantor Cabang Metro	Frekuensi	Persentase (%)
Lain-Lain	6	9,23
Total	65	100

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Tabel 4.5. menunjukkan bahwa responden mengetahui mengenai BSM Kantor Cabang Metro dari teman sebanyak 34 orang (52,31%), responden mengetahui mengenai BSM Kantor Cabang Metro dari saudara sebanyak 8 orang (12,31%), responden mengetahui mengenai BSM Kantor Cabang Metro dari situs online sebanyak 17 orang (26,15%), dan responden mengetahui mengenai BSM Kantor Cabang Metro dari informasi lain-lainnya sebanyak 6 orang (9,23%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengetahui BSM Kantor Cabang Metro dari teman yaitu sebanyak 34 nasabah dengan persentase sebesar 52,31%.

b. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur variabel peneliti. Pengujian ini dilakukan untuk mengajukan butir-butir pertanyaan kuesioner yang nantinya akan diberikan kepada responden. Setelah mendapatkan data dari responden kemudian dilakukan uji *construct* dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan metode *Pearson Correlation* untuk menentukan apakah setiap instrumen valid atau tidak valid yang di aplikasikan dengan program SPSS versi 20. Uji validitas

digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner tersebut. Dasar pengambilan uji *validitas pearson* adalah sebagai berikut:

- 1) Membandingkan nilai r hitung dengan r tabel:

Jika nilai r hitung $>$ r tabel : valid

Jika nilai r hitung $<$ r tabel : tidak valid

Nilai r tabel dengan N=65 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai statistik, didapat nilai r tabel = 0.2404

- 2) Melihat nilai signifikansi (sig.)

Jika nilai signifikansi $<$ 0,05 : valid

Jika nilai signifikansi $>$ 0,05 : tidak valid

Tabel. 4.6. Hasil Uji Validitas

No	Pearson Correlation	r _{tabel} (0,05;65)	Sig. (2-tailed)	Nilai Signifikansi (0,05)	Keterangan
X1.1	0, 574	0.2404	0,000	0,05	Valid
X1.2	0, 408	0.2404	0, 001	0,05	Valid
X1.3	0, 565	0.2404	0,000	0,05	Valid
X1.4	0, 642	0.2404	0, 000	0,05	Valid
X1.5	0, 552	0.2404	0, 000	0,05	Valid
X1.6	0, 318	0.2404	0, 010	0,05	Valid
X1.7	0, 535	0.2404	0,000	0,05	Valid
X1.8	0, 544	0.2404	0, 000	0,05	Valid
X1.9	0, 518	0.2404	0, 000	0,05	Valid
X1.10	0, 589	0.2404	0,000	0,05	Valid
X2.1	0, 519	0.2404	0, 000	0,05	Valid
X2.2	0, 534	0.2404	0, 000	0,05	Valid

No	Pearson Correlation	r _{tabel} (0,05;65)	Sig. (2-tailed)	Nilai Signifikansi (0,05)	Keterangan
Y2.3	0,270	0.2404	0,029	0,05	Valid
X2.4	0,282	0.2404	0,023	0,05	Valid
X2.5	0,462	0.2404	0,000	0,05	Valid
X2.6	0,426	0.2404	0,000	0,05	Valid
X2.7	0,620	0.2404	0,000	0,05	Valid
X3.8	0,533	0.2404	0,000	0,05	Valid
X2.9	0,446	0.2404	0,000	0,05	Valid
X2.10	0,508	0.2404	0,000	0,05	Valid
Y.1	0,343	0.2404	0,005	0,05	Valid
Y.2	0,340	0.2404	0,006	0,05	Valid
Y.3	0,481	0.2404	0,000	0,05	Valid
Y.4	0,284	0.2404	0,022	0,05	Valid
Y.5	0,612	0.2404	0,000	0,05	Valid
Y.6	0,470	0.2404	0,000	0,05	Valid
Y.7	0,417	0.2404	0,001	0,05	Valid
Y.8	0,407	0.2404	0,001	0,05	Valid
Y.9	0,452	0.2404	0,000	0,05	Valid
Y.10	0,369	0.2404	0,003	0,05	Valid

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Berdasarkan tabel 4.6 pengujian validitas terhadap 65 responden dengan 30 item pernyataan dengan menyebarkan kuesioner sekali dan data diolah setelah kuesioner disebar, diolah dengan menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh hasil uji validitas seluruh item/instrumen pernyataan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, pada taraf signifikansi 0,05 (5%) dengan $r_{tabel} = 0.2404 (0,05;65)$. Dengan demikian seluruh pernyataan yang diuji dapat dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

c. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukur). Reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi dan masalah ketepatan. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Pengukuran ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0.70 meskipun nilai 0.60 masih dapat diterima.

Tabel. 4.7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha		Keterangan
<i>Mobile Banking</i> (X1)	0,724	0,6	Reliabel
<i>Automated Teller Machine</i> (ATM) (X2)	0,799	0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah BSM (Y)	0,717	0,6	Reliabel

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Berdasarkan tabel 4.7 pengujian reliabilitas terhadap 65 responden dengan 30 item pernyataan dengan menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh hasil uji reliabilitas seluruh item/instrumen pernyataan dengan nilai *Cronbach Alpha* pada variabel *mobile banking* yaitu $0,724 > 0,6$; nilai *Cronbach Alpha* pada variabel *Automated Teller Machine* (ATM) yaitu

0,799 > 0,6. dan nilai *Cronbach Alpha* pada variabel Kepuasan Nasabah BSM (Y) yaitu 0,717 > 0,6. Dengan demikian seluruh pernyataan yang diuji dapat dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian selanjutnya.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009). Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat *2-tailed significant*. Jika data memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.8. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,19511406
	Absolute	,067
Most Extreme Differences	Positive	,054
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,536
Asymp. Sig. (2-tailed)		,936

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,936 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

e. Uji Homogenitas

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian Homogenitas. Pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai seram tidaknya variansi sampel-sampel yang diambil dari populasi yang sama. Uji homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji barlett.

Dasar pengambilan keputusan uji homogenitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka distribusi data adalah homogen
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak homogen

Tabel 4.9. Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
mobile banking	1,463	12	45	,174
ATM	1,152	12	45	,132

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa nilai signifikansi independen berdasarkan nilai output dari hasil uji homogenitas dengan prograam SPSS versi 20. Pada variabel *mobile banking* (X1) terhadap kepuasan nasabah BSM (Y) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,174 sehingga $0,174 > 0,05$. Pada variabel ATM (X1) terhadap kepuasan nasabah BSM (Y) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,132 sehingga $0,132 > 0,05$. Maka dapat diambil keputusan bahwa hasil uji tersebut memiliki varian yang sama atau data adalah homogen.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi linear berganda merupakan pengukuran pengaruh yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Regresi berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal lebih dari satu variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4.10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,011	3,849		3,121	,003
1 Mobile Banking	,393	,149	,293	2,966	,004
ATM	,353	,156	,338	2,269	,027

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 12,011 + 0,393 X_1 + 0,353 X_2$$

Keterangan:

y : Kepuasan Nasabah

e : Standar Error

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisiensi regresi dari masing-masing variabel independen

X₁ : *Mobile banking*

X₂ : *Automatic Teller Machine (ATM)*

Nilai konstanta sebesar 12,011 maka nilai variabel bebas (independen) *mobile banking* (X1) dan ATM (X2) sama dengan 0 (nol) artinya nilai variabel terikat (dependen) kepuasan nasabah BSM (Y) adalah sebesar 12,011 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya konstanta, maka menyebabkan meningkatnya kepuasan nasabah BSM sebesar 0,393.

Nilai konstanta sebesar 12,011 maka nilai variabel bebas (independen) *mobile banking* (X1) dan ATM (X2) sama dengan 0 (nol) artinya nilai variabel terikat (dependen) kepuasan nasabah BSM (Y) adalah sebesar 12,011 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya konstanta, maka menyebabkan meningkatnya kepuasan nasabah BSM sebesar 0,353.

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dari hasil uji t dilihat pada tabel 4.10 Uji parsial (Uji t) dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dengan taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (0,025 : 65) sehingga dapat diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,997.

Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dengan nilai $sig < 0,05$ maka hipotesis H_0 diterima dan hipotesis H_a ditolak. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau dengan nilai $sig > 0,05$ maka hipotesis H_a diterima dan hipotesis H_0 ditolak. Uji parsial dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20.

Berdasarkan uji parsial (Uji t) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} pada variabel *mobile banking* (X1) sebesar 2,966 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,966 > 1,997$) dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka hipotesis H_0 diterima dan hipotesis H_a ditolak. Maka secara parsial *mobile banking* (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y).

Nilai t_{hitung} pada variabel ATM (X2) sebesar 2,269 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,269 > 1,997$) dan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$ maka hipotesis H_0 diterima dan hipotesis H_a ditolak. Maka secara parsial ATM (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y).

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen yaitu *mobile banking* dan ATM secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah, digunakan uji F_{hitung} . Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), maka pengaruh variabel independen yaitu *mobile banking* dan ATM secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah adalah signifikan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11. Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	364,445	2	182,223	16,149	,000 ^b
	Residual	699,616	62	11,284		
	Total	1064,062	64			

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Nilai F_{hitung} sebesar 16,149 dan F_{tabel} sebesar 3,14 dengan signifikansi F sebesar 0,000 dengan probabilitas $<0,05$. Oleh karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($16,149 > 3,14$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), berarti bahwa *mobile banking* dan ATM secara bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi dapat dianalisis melalui uji koefisien determinasi dengan menghitung adjusted R^2 . Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai adjusted R^2 merupakan suatu ukuran ikhtisar yang menunjukkan seberapa garis regresi sampel cocok dengan data populasinya. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Koefisien determinasi yang semakin mendekati angka 0 maka semakin kecil pengaruh semua variabel dependen terhadap variabel independen. Jika mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh semua variabel dependen terhadap variabel independen.

Tabel 4.12. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,585 ^a	,343	,321	3,359

Data diolah dengan SPSS versi 20 pada 04 Februari 2021 (Peneliti)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas hasil uji determinasai (Uji R^2) dengan model summary dapat diketahui nilai R^2 Square menunjukkan nilai sebesar 0,343. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa 34,3% kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian hasil dari variabel terikat adalah sebesar $100\% - 34,3\% = 65,7\%$. Artinya dari hasil uji R^2 Square, terdapat varians lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebesar 65,7%. Dengan kata lain, pengaruh *mobile banking* (X1) dan ATM (X2) secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah BSM (Y) adalah sebesar 34,3%.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *mobile banking* dan ATM terhadap kepuasan nasabah BSM, sehingga dapat dijelaskan bahwa:

1. Pengaruh *Mobile Banking* (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah BSM (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *mobile banking* (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan nasabah BSM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa *mobile banking* mampu meningkatkan kepuasan nasabah BSM sehingga mampu meningkatkan

penjualan produk-produk *elektronik banking* yang ada di Bank Syariah Mandiri K.C Metro.

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.¹²

Layanan perbankan melalui *mobile banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi keuangannya. Hal tersebut disebabkan terdapat beberapa kendala seperti kurangnya pengetahuan akan kemudahan dan manfaat dari layanan *mobile banking* serta masih banyaknya nasabah yang lebih menyukai untuk menggunakan transaksi secara manual dengan datang langsung ke bank untuk mengantri.

¹² Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif, “*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, Volume IV (1), 2017, 24

2. Pengaruh ATM (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah BSM (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ATM (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan nasabah BSM (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ATM mampu meningkatkan kepuasan nasabah BSM sehingga mampu meningkatkan penjualan produk-produk *elektronik banking* yang ada di Bank Syariah Mandiri K.C Metro.

ATM (*Automated Teller Machine*) atau Anjungan Tunai Mandiri, ini adalah saluran *E-Banking* paling populer yang kita kenal. Setiap kita pasti mempunyai kartu ATM dan menggunakan fasilitas ATM. Fitur tradisional ATM adalah untuk mengetahui informasi saldo dan melakukan penarikan tunai. ATM merupakan mesin yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur.¹³

Selain bertransaksi melalui mesin ATM, kartu ATM dapat pula digunakan untuk berbelanja ditempat perbelanjaan, berfungsi sebagai kartu debit. Bila kita mengenal ATM sebagai mesin untuk mengambil uang, belakangan muncul pula ATM yang dapat menerima setoran uang, yang dikenal pula sebagai *Cash Deposit Machine/CDM*. Layaklah bila ATM disebut sebagai mesin sejuta umat dan segala bisa, karena ragam fitur dan kemudahan penggunaannya.

¹³ Rinda Hesti Kusumaningtyas dan Elsy Rahajeng, "Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM dan E-Banking dengan Metode TAM", *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 10 (2), 2017, 91

3. Pengaruh *Mobile Banking* (X1) dan ATM (X2) terhadap Kepuasan Nasabah BSM (Y)

Berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa *mobile banking* (X1) dan ATM (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* (X1) dan ATM (X2) berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa *mobile banking* dan ATM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM.

Nilai R^2 yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial dapat diketahui bahwa pada variabel *mobile banking* (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y) dimana nilai t_{hitung} pada variabel *mobile banking* (X1) sebesar 2,966 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,966 > 1,997$) dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ maka hipotesis H_0 diterima dan hipotesis H_a ditolak.
2. Pada variabel ATM (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y) dimana nilai t_{hitung} pada variabel ATM (X2) sebesar 2,269 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,269 > 1,997$) dan nilai signifikansi $0,027 < 0,05$ maka hipotesis H_0 diterima dan hipotesis H_a ditolak.
3. Berdasarkan hasil uji simultan menunjukkan bahwa *mobile banking* (X1), dan ATM (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSM (Y) dimana nilai F_{hitung} sebesar 16,149 dan F_{tabel} sebesar 3,14 dengan signifikansi F sebesar 0,000 dengan probabilitas $< 0,05$. Oleh karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($16,149 > 3,14$), dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, adapun saran yang peneliti berikan sehubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Hendaknya Bank Mandiri Syariah K.C Metro terus meningkatkan fasilitas produk *mobile banking* bagi para nasabahnya, karena semakin baik produk *mobile banking* maka akan meningkatkan kepuasan nasabahnya.
2. Hendaknya Bank Mandiri Syariah K.C Metro terus meningkatkan fasilitas produk ATM, karena semakin lengkap fasilitas ATM yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan nasabahnya.
3. Semakin baik dan lengkap, fasilitas elektronik banking yang diberikan akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank Mandiri Syariah K.C Metro.

DAFTAR PUSTAKA

- Dedeh Sri Sudaryanti, Nana Sahroni, dan Ane Kurniawati, “*Analisa Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia*”, Jurnal Ekonomi Manajemen Volume 4 Nomor 2 2018.
- Delima Sari Lubis, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemanfaatan ATM bagi Nasabah Perbankan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan)”, At-Tijarah, Volume 3, No. 1, Juni 2017.
- Dwi Aliyyah Apriyani dan Sunarti, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 51 No. 2, 2017.
- Eswika Nilasari dan Istiatin, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo*”, Jurnal Paradigma. Volume 13 Nomor 01, 2015.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2019).
- Hanif Astika Kurniawati, Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif, “*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, Volume IV (1).
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank* (Jakarta: Pustaka Utama, 2013).
- _____, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014).
- Irfan Nurahmadi Harish, “Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok), Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017, Diakses pada tanggal 03 Agustus 2020 dalam website <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35599/1/IRFAN%20NURAHMADI%20HARISH-FEB.pdf>
- Novitasari Putri Wulandari, Nadya Novandriani, dan Karina Moeliono, “*Analisis Faktor-Zaktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung*”, Bisnis dan Iptek Vol.10, No. 2, Oktober 2017.

Oktavia Retno Maharani, Heri Wijayanto, Tegoeh Hari Abrianto, “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah)*”, *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Volume 4 Nomor 1, 2020.

Otoritas Jasa Keuangan, *Bijak Ber-Electronic Banking* (Jakarta: OJK, 2015).

R. Serfianto D. P., Iswi Hariyani, dan Cita Yustisia Serfiani, *Untung dengan Kartu Kredit, Kartu ATM-Debit dan Uang Elektronik* (Jakarta: VisiMedia, 2012).

Rinda Hesti Kusumaningtyas dan Elsy Rahajeng, “Persepsi Nasabah Akan Layanan ATM dan E-Banking dengan Metode TAM”, *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 10 (2), 2017.

Siti Nur Halimah, “Pengaruh *Internet Banking* dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Tingkat Kepuasan Sebagai *Variabel Intervening* (Studi Kasus BNI Syariah KC Surakarta)”, Skripsi, Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018, Diakses pada tanggal 03 Agustus 2020 dalam website Salatiga.

Yugowati Praharsi, Nofi Erni, dan Bohal Juanda Sinambela, “*Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah terhadap Produk Air Minum (Studi Kasus: Perusahaan CV.OEN Jaya)*”, *Jurnal Metris*, Vol. 16, 2015.

Yuslia Naili Rahmah, “Pengaruh Penggunaan *Internet Banking* dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas *Internet Banking* terhadap *Cyber Crime* di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)”, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2018, Diakses pada tanggal 03 Agustus 2020 dalam website, https://eprints.uny.ac.id/59263/1/Skripsi_Yuslia%20Naili%20Rahmah_14804241008.pdf



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1373/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

10 Juni 2020

Kepada Yth:

1. Drs.Dri Santoso., M.H
 2. Nurul Mahmudah.,M.H
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Tiara Nichel Aprilia
NPM : 1702100087
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking, Dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah BSM (Study Kasus Bank Syariah Mandiri Metro)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Muhammad Saleh
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

LAMPIRAN

PENGARUH *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE* (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Metro)

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. *Mobile Banking*

1. Pengertian *Mobile Banking*
2. Kelebihan dan Kekurangan Layanan *Mobile Banking*
3. Dimensi *Mobile Banking*

B. *Automated Teller Machine (ATM)*

1. Pengertian *Automated Teller Machine (ATM)*
2. Dimensi *Automated Teller Machine (ATM)*

C. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah
2. Dimensi Kepuasan Nasabah
3. Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

D. Kerangka Pemikiran

E. Hipotesis Penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

B. Definisi Operasional Variabel

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

D. Teknik Pengumpulan Data

E. Instrumen Penelitian

F. Uji Instrumen Penelitian

G. Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

- a. Sejarah Bank Syariah Mandiri KC Metro
- b. Visi Misi Bank Syariah Mandiri KC Metro
- c. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri KC Metro

2. Deskripsi Data Hasil Penelitian

3. Pengujian Hipotesis

B. Pembahasan

1. Pengaruh antara *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah BSM
2. Pengaruh antara *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Kepuasan Nasabah BSM
3. Pengaruh antara *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Kepuasan Nasabah BSM

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran **DAFTAR**

PUSTAKA LAMPIRAN-

LAMPIRAN DAFTAR

RIWAYAT HIDUP

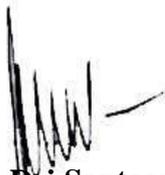
Metro, Desember 2020
Peneliti,



Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087

Mengetahui

Pembimbing I,



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II,



Nurul Mahmudah, M.H.
NIP. 19930215 201801 2 003

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE* (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Metro)

Kuesioner Penelitian

Dengan hormat,

Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Mobile Banking* Dan *Automatic Teller Machine* (Atm) Terhadap Kepuasan Nasabah Bsm (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Metro)”. Yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan Studi Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro. Untuk itu peneliti memohon bantuan kepada Bapak/Ibu, Saudara/i untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar-benarnya.

Atas ketersediaannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087

A. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia

- 20-30 tahun
- 31-40 tahun
- >40 tahun

3. Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS
- Pegawai Swasta
- Lain-Lain

4. Penghasilan per Bulan

- <Rp.1.000.000
- Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000
- >Rp.3.000.000

5. Mengetahui BSM dari

- Teman
- Saudara
- Situs Online
- Lain-Lain

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda silang (√) pada masing-masing kolom di bawah ini yang anda anggap paling cocok (satu jawaban saja) terhadap pernyataan di bawah ini.

Keterangan:

STS	= Sangat Tidak Setuju
TS	= Tidak Setuju
KS	= Kurang Setuju
S	= Setuju
SS	= Sangat Setuju

Kriteria	Penilaian	
	Skor Positif	Skor Negatif
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5
Tidak Setuju (TS)	2	4
Kurang Setuju (KS)	3	3
Setuju (S)	4	2
Sangat Setuju (SS)	5	1

C. Pernyataan Kuesioner

1. Indikator *Mobile Banking*

No.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Informational (Bersifat Memberi Informasi)						
1	Mendapatkan informasi lebih mudah ketika menggunakan <i>mobile banking</i>					
2	<i>Mobile banking</i> dapat mengakses berbagai informasi terkait transaksi perbankan saya					
3	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi					
4	Transaksi lebih mudah dan cepat dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i>					
Communicative (Bersifat Komunikatif)						
5	<i>Mobile banking</i> menyediakan layanan yang real time					
6	Ada <i>call center</i> untuk membantu kesulitan pada penggunaan					

No.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
	layanan <i>mobile banking</i> .					
7	Tampilan layanan <i>mobile banking</i> dapat dipahami dengan jelas					
Transactional (Dapat Melakukan Transaksi)						
8	<i>Mobile banking</i> mendukung bagian terpenting dalam transaksi saya					
9	<i>Mobile banking</i> dapat membuat transaksi yang saya lakukan menjadi lebih mudah					
10	<i>Mobile banking</i> dapat meningkatkan volume transaksi saya					

2. Indikator Automated Teller Machine (ATM)

No.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)						
1	Penggunaan ATM sangat praktis					
2	ATM dapat mempermudah dalam melakukan transaksi sesuai kebutuhan					
3	ATM dapat digunakan untuk mengirim uang dimana saja dan kapan saja					
4	Secara keseluruhan, layanan ATM mudah digunakan					
Trust (Kepercayaan)						
5	Call center yang tertera pada mesin ATM mudah dihubungi					
6	Layanan ATM menyediakan keamanan dan kenyamanan yang baik					
7	Respon dilakukan dengan cepat dan baik apabila ada nasabah yang <i>complain</i>					
8	Solusi yang diberikan sangat baik, ketika nasabah mengalami masalah dalam bertransaksi menggunakan ATM					
Perceived Risk (Persepsi Risiko)						
9	Penggunaan ATM memiliki risiko kartu tertelan					
10	Penggunaan ATM tidak memberikan rasa takut ketika bertransaksi maupun setelah bertransaksi					

3. Indikator Kepuasan Nasabah BSM

No.	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
Perasaan Puas						
1	Merasa puas dengan kinerja karyawan BSM					
2	Merasa puas dengan fasilitas yang diberikan					
3	Merasa puas dengan produk-produk yang ada di BSM					
Selalu Menggunakan Produk						
4	Produk-produk sudah sesuai dengan prinsip syariah					
5	Menawarkan banyak produk untuk digunakan					
6	Produk yang ditawarkan sesuai kebutuhan					
Merekomendasikan Kepada Orang Lain						
7	Mengajak saudara atau teman untuk bergabung menjadi nasabah BSM					
8	Memperkenalkan BSM kepada masyarakat umum					
Terpenuhinya Harapan Nasabah Setelah Menggunakan Produk						
9	Produk-produk yang digunakan memenuhi harapan					
10	Fasilitas yang diberikan sesuai dengan yang ditawarkan					

Metro, Desember 2020
Peneliti,



Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087

Mengetahui

Pembimbing I,



Dr. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II,



Nurul Mahmudah, M.H.
NIP. 19930215 201801 2 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2623/In.28.3/D.1/PP.00.9/9/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Pra Survey

Metro, 23 September 2020

Kepada Yth,
Pimpinan Bank Syariah Mandiri Metro
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Tiara Nichel Aprilia
NPM : 1702100087
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syaria'ah
Judul : Pengaruh Internet Banking, Mobile Banking, Dan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah BSM (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Metro).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I,

Drs. H. M. Saleh, MA

NIP. 19650111 199303 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2919/In.28/D.1/TL.00/09/2021
Lampiran :-
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN BANK SYARI`AH
MANDIRI KC METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2920/In.28/D.1/TL.01/09/2021, tanggal 27 September 2021 atas nama saudara:

Nama : **Tiara Nichel Aprilia**
NPM : 1702100087
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BANK SYARI`AH MANDIRI KC METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH MOBILE BANKING DAN AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM) TERHADAP KEPUASAN NASABAH BSM (Studi Kasus Bank Syari`ah Mandiri KC Metro)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 27 September 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-877/In.28/S/U.1/OT.01/08/2021**

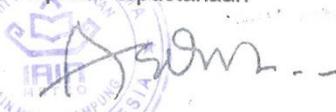
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Tiara Nichel Aprilia
NPM : 1702100087
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1702100087

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 30 Agustus 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Tiara Nichel Aprilia Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS (Perbankan Syariah)
NPM : 1702100087 Semester/TA : VIII/ 2020-2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin/ 27 Juli 2020	Nurul Mahmudah	- Pengajuan outline - Revisi outline - Lanjut Bab 1-3	
2.	Senin / 28 September 2020	Nurul Mahmudah	- Acc Outline - Acc Bab 1-3	

Dosen Pembimbing II,

Nurul Mahmudah, M.H
NIP. 199302152018012003

Mahasiswa Ybs,

Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Tiara Nichel Aprilia** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1702100087 Semester / TA : VII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 4/Oktober 2020	Dr. Dri Santoso	- Bimbingan Bab 1-3 terapan PA2 - Acc Seminar Proposal	

Dosen Pembimbing I

Dr. Dri Santoso, MH.
NIP. 19670316 199503 1 001

Mahasiswa Ybs.

Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Tiara Nichel Aprilia Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS (Perbankan Syariah)
NPM : 1702100087 Semester/TA : VIII/ 2020-2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa /16 Maret 2021	Nurul Mahmudah	- Bimbingan BAB IV & V - Perbaiki yang ada dulu nanti revisiannya kirim kemenu bimbingan maret dan hasil revisian menggunakan font merah.	
2.	Selasa/ 06 April 2021	Nurul Mahmudah	- ACC BAB IV & V	

Dosen Pembimbing II,

Nurul Mahmudah, M.H
NIP. 199302152018012003

Mahasiswa Ybs,

Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Tiara Nichel Aprilia Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS (Perbankan Syariah)
NPM : 1702100087 Semester/TA : VII/ 2020-2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Kamis/1 Oktober 2020	Dr. Dri Santoso	- Bimbingan Bab 1-3 Yang telah di ACC pembimbing II - ACC Seminar Proposal	 

Dosen Pembimbing I,


Dr. Dri Santoso, MH.
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs,


Tiara Nichel Aprilia
NPM. 1702100087

DATA HASIL KUESIONER

1. Data Hasil Kuesioner Variabel *Mobile Banking* (X1)

No	Nama	Mobile Banking (X1)										Total X1
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Romi Andika	3	4	5	5	2	4	4	2	3	4	36
2	Widi Yanto	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	30
3	Mody Anggara	3	4	4	2	2	4	4	3	5	4	35
4	Noval Galang Reza	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	30
5	Rizqi Wahyu Saputra	3	2	4	3	2	3	4	2	4	3	30
6	Tri widiarti	5	3	2	3	3	3	4	4	5	4	36
7	Marhatus Soleha	4	5	4	5	1	2	4	4	5	5	39
8	Mursila Hanum	4	4	4	4	2	4	4	4	3	5	38
9	Titin Umayah	2	3	3	3	2	3	3	4	2	4	29
10	Selvi Yuniar Bahari	4	3	5	5	2	5	5	3	3	4	39
11	Selviana Fatmawati	5	5	4	4	2	4	5	4	3	4	40
12	Linda Fitriani	4	3	4	4	3	5	3	3	4	4	37
13	Roni Triatmo	5	5	5	5	2	4	2	3	4	4	39
14	Rile Yoga Tama	4	5	4	4	2	3	3	3	3	4	35
15	Puspita Katika	3	4	1	1	1	2	4	2	2	2	19
16	Sandra Oktaviani	3	4	4	4	1	2	4	4	4	4	31
17	Rio Agus Pratama	4	3	4	4	2	3	5	3	4	5	33
18	Renatan Arvril Aditi	4	4	5	5	3	3	5	5	3	5	38
19	Oddy Nasrulloh	5	4	4	4	2	2	5	4	3	4	37
20	Widiy Pangestu	5	4	5	5	3	3	5	5	4	4	43
21	Reza Ade Setiawan	4	3	5	5	2	2	4	4	4	4	37
22	Rudi Prasetya	5	1	4	4	3	5	4	3	3	4	36
23	Yuda Prastya	4	5	4	4	3	4	5	2	2	5	38
24	Danang Septian	4	4	4	4	4	4	5	2	2	5	38
25	Teguh Santoso	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	43
26	Djoko Agung Purnomo	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	31
27	Guswan Perdana	3	4	1	1	3	4	4	2	2	5	29
28	Gani Ar Rahman	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	33
29	Byan Daryanto	4	4	5	5	3	3	4	2	2	4	36
30	Ulfa Fitriani	3	3	3	3	4	5	4	5	4	5	39
31	Diah Ayu	3	2	3	3	2	3	5	4	4	5	34
32	Fatma Eka	2	2	3	3	3	3	2	4	5	4	31
33	Eka Widya Wati	2	4	4	4	3	3	4	5	2	4	35

34	Desi Indriyani	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	33
35	Dio Dona	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
36	Alisia Dewi	2	4	3	3	4	3	5	2	4	2	32
37	Veratama Setrya	3	4	3	3	4	4	5	3	4	1	34
38	Wulanda Neli	4	3	3	4	5	5	3	4	4	4	39
39	Sri Ayu Safitri	4	3	4	4	3	5	3	2	2	4	34
40	Disky Mutiara Putri	3	3	3	2	4	4	4	3	2	4	32
41	Widiyanasari	5	4	4	3	2	4	4	2	2	3	33
42	Yulia Rahma Wati	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	34
43	Nita Nuraini	4	3	4	4	2	3	1	2	4	3	30
44	Titin Rosdyanti	5	4	3	4	2	4	4	2	2	3	33
45	Eka Buana Putri	4	3	4	3	2	3	4	2	3	3	31
46	Ika Rahmawati	1	3	3	2	4	4	3	3	1	2	26
47	Ida Yunita Sari	4	2	4	4	5	5	1	4	2	4	35
48	Yulita Sari	4	2	4	4	4	4	5	4	2	3	36
49	Ade Okvita Sari	5	4	4	3	2	4	4	5	2	5	38
50	Inggar Ayu Nastiti	4	4	3	3	3	4	4	5	2	4	36
51	Anik Lestari	5	3	4	4	4	3	4	5	3	5	40
52	Lulut Yomi	5	2	4	4	3	2	4	4	2	4	34
53	Niken Apriyoni	4	2	4	3	4	3	3	4	2	3	32
54	Yoga Pratama	4	3	4	2	4	5	4	3	1	2	32
55	Nurdin Wahid	4	2	4	2	3	4	3	3	1	2	28
56	Robi Sanjaya	5	3	3	4	4	3	2	2	2	3	31
57	Sudirman	2	3	4	4	4	3	2	2	3	3	30
58	Riyanti	1	4	3	2	4	5	4	2	2	2	29
59	Auliya Frasiska	4	5	4	3	4	3	3	2	3	3	34
60	Rio Adi Saputra	5	3	3	3	4	5	4	3	2	2	34
61	Dheo Cahya	3	3	4	3	5	5	4	2	3	5	37
62	Canu Pratama	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35
63	Osella Booant	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	35
64	Lady Armayuda	4	3	3	3	3	3	3	2	4	5	33
65	Nurrokhman	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	31

(Pengambilan data pada Tanggal 26-29 Januari 2021)

2. Data Hasil Kuesioner Variabel *Automated Teller Machine* (ATM) (X2)

No	Nama	Automated Teller Machine (ATM) (X2)										Total X2
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Romi Andika	4	4	3	5	2	5	5	5	2	4	39
2	Widi Yanto	4	5	5	4	3	4	3	3	2	3	36
3	Mody Anggara	5	5	4	5	3	4	2	1	2	4	35
4	Noval Galang Reza	2	4	3	3	2	4	2	2	4	3	29
5	Rizqi Wahyu Saputra	5	4	5	4	2	4	3	4	2	3	36
6	Tri widiarti	5	5	4	5	4	2	3	4	3	3	38
7	Marhatus Soleha	2	3	4	4	4	4	5	3	1	2	32
8	Mursila Hanum	5	4	2	2	4	4	4	4	2	4	35
9	Titin Umayah	4	3	3	2	4	3	3	3	2	3	30
10	Selvi Yuniar Bahari	4	4	2	2	3	5	5	4	2	5	36
11	Selviana Fatmawati	4	3	4	2	4	4	4	3	2	4	34
12	Linda Fitriani	4	4	2	4	3	4	4	4	3	5	37
13	Roni Triatmo	4	3	2	2	3	5	5	3	2	4	33
14	Rile Yoga Tama	4	4	2	3	3	4	4	4	2	3	33
15	Puspita Katika	2	3	3	1	2	1	1	3	1	2	17
16	Sandra Oktaviani	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	29
17	Rio Agus Pratama	4	4	4	2	3	4	4	4	2	3	30
18	Renatan Arvril Aditi	5	4	5	2	5	5	5	4	3	3	36
19	Oddy Nasrulloh	4	3	5	2	4	4	4	3	2	2	33
20	Widiy Pangestu	4	4	5	3	5	5	5	4	3	3	41
21	Reza Ade Setiawan	4	4	4	2	4	5	5	4	2	2	36
22	Rudi Prasetya	4	4	4	2	3	4	4	4	3	5	37
23	Yuda Prastya	5	4	3	1	2	4	4	4	3	4	34
24	Danang Septian	5	4	3	1	2	4	4	4	4	4	35
25	Teguh Santoso	4	3	2	2	3	5	5	3	4	5	36
26	Djoko Agung Purnomo	4	4	2	3	3	2	2	4	3	3	30
27	Guswan Perdana	5	3	2	2	2	1	1	3	3	4	26
28	Gani Ar Rahman	4	4	2	3	3	4	4	4	4	2	34
29	Byan Daryanto	4	3	3	2	2	5	5	3	3	3	33
30	Ulfa Fitriani	5	4	2	3	5	3	3	4	4	5	38
31	Diah Ayu	5	4	3	3	4	3	3	4	2	3	34
32	Fatma Eka	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	32
33	Eka Widya Wati	4	3	2	4	5	4	4	3	3	3	35
34	Desi Indriyani	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
35	Dio Dona	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	32

36	Alisia Dewi	2	2	2	4	2	3	3	2	4	3	27
37	Veratama Setrya	4	2	2	3	3	3	3	2	4	4	30
38	Wulanda Neli	3	2	3	1	4	3	4	2	5	5	32
39	Sri Ayu Safitri	2	2	5	4	2	4	4	3	3	5	34
40	Disky Mutiara Putri	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	30
41	Widiyanasari	2	2	4	4	2	4	3	3	2	4	30
42	Yulia Rahma Wati	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3	32
43	Nita Nuraini	2	4	4	4	2	4	4	4	2	3	33
44	Titin Rosdyanti	2	2	4	3	2	3	4	4	2	4	30
45	Eka Buana Putri	2	3	4	4	2	4	3	3	2	3	30
46	Ika Rahmawati	3	1	2	3	3	3	2	2	4	4	27
47	Ida Yunita Sari	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	40
48	Yulita Sari	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
49	Ade Okvita Sari	5	2	5	4	5	4	3	3	2	4	37
50	Inggar Ayu Nastiti	5	2	4	3	5	3	3	3	3	4	35
51	Anik Lestari	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	40
52	Lulut Yomi	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	35
53	Niken Apriyoni	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	35
54	Yoga Pratama	3	1	5	4	3	4	2	2	4	5	33
55	Nurdin Wahid	3	1	5	4	3	4	2	2	3	4	31
56	Robi Sanjaya	2	2	4	3	2	3	4	4	4	3	31
57	Sudirman	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	34
58	Riyanti	2	2	5	3	2	3	2	2	4	5	30
59	Auliya Frasiska	2	3	4	4	2	4	3	3	4	3	32
60	Rio Adi Saputra	3	2	4	3	3	3	3	2	4	5	32
61	Dheo Cahya	2	3	5	4	2	4	3	4	5	5	37
62	Canu Pratama	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	38
63	Osella Booant	2	4	4	3	2	3	4	5	4	4	35
64	Lady Armayuda	2	4	4	3	2	3	3	2	3	3	29
65	Nurrokhman	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	33

(Pengambilan data pada Tanggal 26-29 Januari 2021)

3. Data Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Nasabah BSM (Y)

No	Nama	Kepuasan Nasabah BSM (Y)										Total Y
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Romi Andika	4	3	3	2	4	2	4	3	5	5	35
2	Widi Yanto	4	4	2	2	3	3	4	4	4	3	33
3	Mody Anggara	4	3	4	2	4	3	4	3	4	2	33
4	Noval Galang Reza	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	35
5	Rizqi Wahyu Saputra	4	3	2	2	3	4	4	3	4	3	32
6	Tri widiarti	4	4	2	3	3	3	4	4	2	3	32
7	Marhatus Soleha	2	3	3	1	2	2	2	3	4	5	27
8	Mursila Hanum	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
9	Titin Umayah	4	4	4	2	3	4	5	4	3	3	36
10	Selvi Yuniar Bahari	5	4	5	2	5	3	5	4	5	5	43
11	Selviana Fatmawati	4	3	5	2	4	3	4	3	4	4	36
12	Linda Fitriani	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	41
13	Roni Triatmo	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	40
14	Rile Yoga Tama	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	36
15	Puspita Katika	5	4	3	1	2	2	5	4	1	1	23
16	Sandra Oktaviani	5	4	3	1	2	2	5	4	4	4	29
17	Rio Agus Pratama	4	3	2	2	3	4	4	3	4	4	29
18	Renatan Arvril Aditi	4	4	2	3	3	4	4	4	5	5	34
19	Oddy Nasrulloh	5	3	2	2	2	2	5	3	4	4	32
20	Widiy Pangestu	4	4	2	3	3	3	4	4	5	5	37
21	Reza Ade Setiawan	4	3	3	2	2	2	4	3	5	5	33
22	Rudi Prasetya	5	4	2	3	5	4	5	4	4	4	40
23	Yuda Prastya	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	40
24	Danang Septian	4	3	2	4	4	5	4	3	4	4	37
25	Teguh Santoso	4	3	2	4	5	2	4	3	5	5	37
26	Djoko Agung Purnomo	4	3	3	3	3	4	4	3	2	2	31
27	Guswan Perdana	3	3	2	3	4	4	3	3	1	1	27
28	Gani Ar Rahman	2	2	2	4	2	4	2	2	4	4	28
29	Byan Daryanto	4	2	2	3	3	4	1	2	5	5	31
30	Ulfa Fitriani	4	2	2	4	5	5	4	5	3	3	37
31	Diah Ayu	4	3	2	2	3	4	4	3	3	3	31
32	Fatma Eka	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	25
33	Eka Widya Wati	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	34
34	Desi Indriyani	2	2	4	3	3	4	3	3	3	3	30
35	Dio Dona	4	2	2	3	3	4	3	4	4	4	33

36	Alisia Dewi	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	33
37	Veratama Setrya	5	3	1	4	4	4	2	3	3	3	32
38	Wulanda Neli	2	4	2	5	5	5	4	2	3	4	36
39	Sri Ayu Safitri	4	4	2	3	5	3	3	4	4	4	36
40	Disky Mutiara Putri	4	5	2	4	4	3	2	4	3	2	33
41	Widiyanasari	4	5	2	2	4	2	3	3	4	3	32
42	Yulia Rahma Wati	4	5	3	3	3	2	2	3	3	3	31
43	Nita Nuraini	2	4	2	2	3	2	3	4	4	4	30
44	Titin Rosdyanti	3	4	2	2	4	3	2	4	3	4	31
45	Eka Buana Putri	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	27
46	Ika Rahmawati	5	3	1	4	4	3	3	2	3	2	30
47	Ida Yunita Sari	2	2	2	5	5	2	4	2	4	4	32
48	Yulita Sari	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
49	Ade Okvita Sari	4	3	2	2	4	4	4	3	4	3	33
50	Inggar Ayu Nastiti	5	3	4	3	4	3	3	4	3	3	35
51	Anik Lestari	4	3	2	4	3	2	4	3	4	4	33
52	Lulut Yomi	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	35
53	Niken Apriyoni	3	3	4	4	3	5	3	4	4	3	36
54	Yoga Pratama	4	5	4	4	5	4	3	4	4	2	39
55	Nurdin Wahid	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	32
56	Robi Sanjaya	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	34
57	Sudirman	3	3	3	4	3	4	3	5	4	4	36
58	Riyanti	3	3	4	4	5	4	1	5	3	2	34
59	Auliya Frasiska	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	35
60	Rio Adi Saputra	4	3	3	4	5	5	5	2	3	3	37
61	Dheo Cahya	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	42
62	Canu Pratama	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	33
63	Osella Booant	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
64	Lady Armayuda	3	2	2	3	3	3	3	5	3	3	30
65	Nurrokhman	3	2	2	4	4	4	4	5	3	2	33

(Pengambilan data pada Tanggal 26-29 Januari 2021)

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Mobile Banking (X1)

		Correlations										
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,068	,296*	,397**	,563*	,128	,120	,038	,058	,287*	,574**
	Sig. (2-tailed)		,589	,017	,001	,000	,309	,342	,765	,647	,020	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.2	Pearson Correlation	,068	1	,071	,142	,020	,499**	,238	,038	-,020	,244	,408**
	Sig. (2-tailed)	,589		,574	,260	,874	,000	,057	,764	,874	,050	,001
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.3	Pearson Correlation	,296*	,071	1	,729**	,471*	,028	,087	,148	,032	,137	,565**
	Sig. (2-tailed)	,017	,574		,000	,000	,826	,492	,238	,800	,275	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.4	Pearson Correlation	,397*	,142	,729*	1	,362*	,175	,112	,254*	,075	,169	,642**
	Sig. (2-tailed)	,001	,260	,000		,003	,164	,376	,041	,554	,180	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.5	Pearson Correlation	,563*	,020	,471*	,362**	1	-,024	,117	,074	,158	,182	,552**
	Sig. (2-tailed)	,000	,874	,000	,003		,849	,351	,559	,209	,147	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.6	Pearson Correlation	,128	,499*	,028	,175	-,024	1	,173	,113	-,132	-,148	,318**
	Sig. (2-tailed)	,309	,000	,826	,164	,849		,169	,372	,294	,238	,010
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.7	Pearson Correlation	,309	,000	,826	,164	,849	65	65	65	65	65	65
	Sig. (2-tailed)	,120	,238	,087	,112	,117	,173	1	,416*	,403*	,351**	,535**
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.8	Pearson Correlation	,120	,238	,087	,112	,117	,173	1	,416*	,403*	,351**	,535**
	Sig. (2-tailed)	,342	,057	,492	,376	,351	,169		,001	,001	,004	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.9	Pearson Correlation	,038	,038	,148	,254*	,074	,113	,416*	1	,679*	,329**	,544**
	Sig. (2-tailed)	,765	,764	,238	,041	,559	,372	,001		,000	,007	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X1.10	Pearson Correlation	,038	,038	,148	,254*	,074	,113	,416*	1	,679*	,329**	,544**
	Sig. (2-tailed)	,765	,764	,238	,041	,559	,372	,001		,000	,007	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
TOTAL	Pearson Correlation	,058	-,020	,032	,075	,158	-,132	,403*	,679*	1	,542**	,518**
	Sig. (2-tailed)	,647	,874	,800	,554	,209	,294	,001	,000		,000	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
		,287*	,244	,137	,169	,182	-,148	,351*	,329*	,542*	1	,589**
		,020	,050	,275	,180	,147	,238	,004	,007	,000		,000
		65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
		,574*	,408*	,565*	,642**	,552*	,318**	,535*	,544*	,518*	,589**	1
		,000	,001	,000	,000	,000	,010	,000	,000	,000	,000	
		65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X2.6	Pearson Correlation	,106	,595 [*]	-,233	,077	,122	1	,287 [*]	,148	-,155	,047	,426 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,401	,000	,061	,544	,332		,020	,240	,217	,708	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.7	Pearson Correlation	,472 [*]	,443 [*]	-,072	-,222	,332 ^{**}	,287 [*]	1	,430 [*]	,181	,166	,620 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,571	,075	,007	,020		,000	,149	,186	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.8	Pearson Correlation	,234	,438 [*]	,004	-,040	,072	,148	,430 [*]	1	,251 [*]	,206	,533 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,061	,000	,975	,754	,568	,240	,000		,044	,100	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.9	Pearson Correlation	-,054	-,093	,586 [*]	,072	-,026	-,155	,181	,251 [*]	1	,471 ^{**}	,446 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,668	,461	,000	,571	,839	,217	,149	,044		,000	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
X2.10	Pearson Correlation	,119	,160	,179	,078	,132	,047	,166	,206	,471 [*]	1	,508 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,345	,203	,155	,536	,293	,708	,186	,100	,000		,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
TOTAL	Pearson Correlation	,519 [*]	,534 [*]	,270 [*]	,282 [*]	,462 ^{**}	,426 [*]	,620 [*]	,533 [*]	,446 [*]	,508 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)											
	N	,000	,000	,029	,023	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	65	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	30,40	16,619	,332	,558
X2.2	30,89	16,566	,390	,544
X2.3	30,43	18,937	,067	,625
X2.4	30,86	19,746	-,007	,639
X2.5	30,82	17,247	,292	,569
X2.6	30,98	17,609	,229	,585
X2.7	30,26	15,915	,488	,519

X2.8	30,66	17,102	,410	,545
X2.9	30,12	17,860	,272	,574
X2.10	30,29	17,429	,357	,556

3. Kepuasan Nasabah BSM (Y)

		Correlations										TOTAL
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
Y.1	Pearson Correlation	1	,364*	,166	-,210	,053	-,042	,405*	,147	,149	-,084	,343**
	Sig. (2-tailed)		,003	,185	,093	,673	,739	,001	,242	,237	,504	,005
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.2	Pearson Correlation	,364*	1	,235	-,181	,144	-,134	,201	,182	-,012	,056	,340**
	Sig. (2-tailed)	,003		,059	,148	,252	,286	,108	,148	,926	,659	,006
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.3	Pearson Correlation	,166	,235	1	-,129	,121	,135	,157	,228	,103	,072	,481**
	Sig. (2-tailed)	,185	,059		,306	,339	,282	,211	,067	,416	,571	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.4	Pearson Correlation	-,210	-,181	-,129	1	,440*	,485*	-,163	-,079	-,221	-,139	,284*
	Sig. (2-tailed)	,093	,148	,306		,000	,000	,194	,534	,077	,269	,022
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.5	Pearson Correlation	,053	,144	,121	,440*	1	,307*	,114	,060	,068	,067	,612**
	Sig. (2-tailed)	,673	,252	,339	,000		,013	,364	,636	,593	,595	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.6	Pearson Correlation	-,042	-,134	,135	,485*	,307*	1	,075	,110	-,019	-,035	,470**
	Sig. (2-tailed)	,739	,286	,282	,000	,013		,550	,383	,879	,785	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.7	Pearson Correlation	,405*	,201	,157	-,163	,114	,075	1	,087	,239	,075	,417**
	Sig. (2-tailed)	,001	,108	,211	,194	,364	,550		,491	,056	,555	,001
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.8	Pearson Correlation	,147	,182	,228	-,079	,060	,110	,087	1	,199	,145	,407**
	Sig. (2-tailed)	,242	,148	,067	,534	,636	,383	,491		,111	,250	,001
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.9	Pearson Correlation	,149	-,012	,103	-,221	,068	-,019	,239	,199	1	,510*	,452**
	Sig. (2-tailed)	,237	,926	,416	,077	,593	,879	,056	,111		,000	,000
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
Y.10	Pearson Correlation	-,084	,056	,072	-,139	,067	-,035	,075	,145	,510*	1	,369**
	Sig. (2-tailed)	,504	,659	,571	,269	,595	,785	,555	,250	,000		,003
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65
TOTAL	Pearson Correlation	,343*	,340*	,481*	,284*	,612*	,470*	,417*	,407*	,452*	,369*	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,006	,000	,022	,000	,000	,001	,001	,000	,003	
	N	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	65	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,717	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	30,29	14,148	,229	,488
Y.2	30,71	14,398	,199	,496
Y.3	31,31	13,341	,261	,476
Y.4	31,00	15,719	-,047	,571
Y.5	30,46	13,096	,362	,446
Y.6	30,57	13,843	,233	,486
Y.7	30,48	13,316	,295	,466
Y.8	30,54	14,096	,272	,477
Y.9	30,52	13,285	,249	,480
Y.10	30,40	14,244	,177	,503

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,19511406
	Absolute	,067
Most Extreme Differences	Positive	,054
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,536
Asymp. Sig. (2-tailed)		,936

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI HOMOGENITAS

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
mobile banking	1,463	12	45	,174
ATM	1,152	12	45	,132

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
mobile banking	Between Groups	465,079	19	24,478	1,026	,453
	Within Groups	1073,937	45	23,865		
	Total	1539,015	64			
ATM	Between Groups	179,391	19	9,442	,386	,987
	Within Groups	1101,163	45	24,470		
	Total	1280,554	64			

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,585 ^a	,343	,321	3,359

a. Predictors: (Constant), ATM, Mobile Banking

UJI SIGNIFIKANSI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	364,445	2	182,223	16,149	,000 ^b
1	Residual	699,616	62	11,284		
	Total	1064,062	64			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), ATM, Mobile Banking

UJI PARSIAL (UJI T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	12,011	3,849		3,121	,003
1	Mobile Banking	,393	,149	,293	2,966	,004
	ATM	,353	,156	,338	2,269	,027

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

TABEL r

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487

85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

TABEL t

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Tabel f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Tiara Nichel Aprilia, merupakan anak pertama dari tiga bersaudara pasangan Bapak Yantoni dan Ibu Weni Riza Oktavia. Lahir di Metro pada Tanggal 04 April 2000.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 1 Negeri Pakuan lulus pada tahun 2011, SMP Negeri 5 Metro lulus pada tahun 2014, dan SMA Muhammadiyah 1 Metro lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis terdaftar menjadi mahasiswi Jurusan S1 Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro melalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur SPAN PTKIN.