

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM)* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI  
( STUDI KASUS DI MIN 12 MEDAN )**

**SKRIPSI**

Disusun Oleh :

**ABDULLAH SIREGAR**  
**NIM. 53154135**

**Program Studi**

**PERBANKAN SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021**

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM)* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI  
( STUDI KASUS DI MIN 12 MEDAN )**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun Oleh :

**ABDULLAH SIREGAR**  
**NIM. 53154135**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : **Abdullah Siregar**  
NIM : 53154135  
Tempat/tgl Lahir : Perdamean, 16 Januari 1997  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Dusun V Desa Perdamean Kec. Tanjung Morawa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “**Pengaruh Layanan *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri ( Studi Kasus di MIN 12 Medan )**” adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 1 Februari 2021  
Yang membuat pernyataan



**ABDULLAH SIREGAR**  
**NIM. 53154135**

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH LAYANAN *MOBILE BANKING* DAN *AUTOMATIC TELLER MACHINE (ATM)* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI ( STUDI KASUS DI MIN 12 MEDAN )**

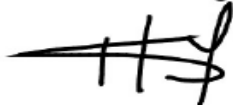
Oleh

**ABDULLAH SIREGAR**  
**NIM. 53154135**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah ( SE )  
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, 5 November 2020

Pembimbing I



Hendra Harmain, M.Pd  
NIP. 197305101998031003

Pembimbing II



Aqwa Naser Da'ulay, M.Si  
NIB. 110800091

Mengetahui  
Ketua Jurusan Perbankan  
Syariah



Tuti Anggraini, MA  
NIP. 197705312005012007

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Pengaruh Layanan *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri ( Studi Kasus di MIN 12 Medan )**”. Oleh sdr. Abdullah Siregar, NIM. 53154135. Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SU Medan pada Tanggal . Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi ( SE ) pada program Studi Perbankan Syariah.

Medan,  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Perbankan Syariah  
UIN SU

**Ketua**

**Sekretaris**

**Anggota**

Hendra Harmain, M.Pd  
NIP. 197305101998031003

Aqwa Naser Daulay, M.Si  
NIB. 110000091

Mengetahui,  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara**

Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag  
NIP. 197604232003121002

## ABSTRAK

Nama Abdullah Siregar, NIM 53154135, dengan judul “**Pengaruh Layanan *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri ( Studi Kasus di MIN 12 Medan )**”, dibawah bimbingan Bapak Hendra Harmain, M.Pd, sebagai pembimbing skripsi I, dan Bapak Aqwa Naser Daulay, M.Si, sebagai pembimbing skripsi II.

Perbankan di Indonesia telah melakukan upaya untuk mencapai kepuasan nasabah dengan memaksimalkan penggunaan sarana layanan seperti *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine (ATM)*. Hal tersebut dilakukan seluruhan perbankan di Indonesia karena memanfaatkan perkembangan yang tinggi saat ini khususnya pada penggunaan internet yang digunakan oleh masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *mobile banking* dan *ATM (Automatic Teller Machine)* pada Bank Syariah Mandiri dan untuk mengetahui Bank Syariah Mandiri berperan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah nasabah Bank Syariah Mandiri pada guru dan pegawai di MIN 12 Kota Medan sebanyak 56 responden. Instrument pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner, untuk variabel *mobile banking* 15 item pernyataan dan untuk variabel *ATM (Automatic Teller Machine)* 15 item pernyataan, serta untuk variabel kepuasan nasabah 15 item pernyataan, semua pernyataan reliabel. Dan untuk data sekunder yang diperoleh berupa data yang berkaitan dengan penggunaan *mobile banking* dan *ATM (Automatic Teller Machine)*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji autokorelasi, uji multikoleniaritas, uji heterokedastisitas, uji determinan, uji t dan uji f dengan bantuan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa *mobile banking* dan *ATM (Automatic Teller Machine)* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Tingkat signifikan dari *mobile banking* sebesar diperoleh nilai Sig sebesar 0,017. Nilai Sig yang lebih kecil dari 0,017 ( $0,017 < 0,05$ ) dengan persentase sebesar 0,395 atau 39,5%. Dan membandingkan nilai t hitung  $>$  t tabel ( $2,462 > 1,674$ ). Tingkat signifikan dari *ATM (Automatic Teller Machine)* sebesar 0,015. Nilai Sig yang lebih kecil dari 0,015 ( $0,015 < 0,05$ ) dengan persentase sebesar 0,202 atau 20,2%. Dan dengan t hitung sebesar 3,199. Sehingga t hitung  $>$  t tabel ( $3,199 > 1,674$ ). Layanan *mobile banking* dan *ATM (Automatic Teller Machine)* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yaitu ,  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), dan nilai F tabel sebesar 3,17 Fhitung sebesar 11,845. Sehingga Fhitung  $>$  Ftabel ( $11,845 > 3,17$ ). Dari uji determinasi diketahui bahwa besarnya presentase pengaruh variabel teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap variabel kepuasan nasabah sebesar 0,616 atau 61,6%. Artinya pengaruh teknologi informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% dipengaruhi oleh variabel lain

Kata Kunci: *Mobile Banking*, *ATM (Automatic Teller Machine)*, Kepuasan Nasabah

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa kesehatan dan keselamatan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Sholawat beriring salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ummatnya dari alam kegelapan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat ini.

Dengan melengkapi tugas-tugas perkuliahan dan guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana, maka disusun proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Layanan *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri ( Studi Kasus di MIN 12 Medan )”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara khusus dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda **Sarip Siregar** dan Ibunda **Suryani Harahap**, yang dengan kegigihan dan kesabaran mereka telah mendorong penulis menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada kakanda **Nurdiana Nisrah Siregar, S.PdI**, **Mhd. Rifai Siregar, S.Pd**, dan **Ali Perwira Siregar, Amkep**. yang terus memberikan semangat, dorongan, dan doa dalam penyelesaian skripsi ini dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis juga berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan
3. Ibu Tuti Anggraini, M.A selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara Medan.

4. Bapak Hendra Harmain, M.Pd, selaku Pembimbing Skripsi I yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Aqwa Naser Daulay, M.Si selaku Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang luar biasa kepada penulis selama menjalani pendidikan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Ibu Hj. Hasnah Siregar selaku kepala Madrasah MIN 12 Kota Medan yang telah memberikan izin dan mendukung penulis untuk melaksanakan penelitian sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Seluruh guru, pegawai dan staff di MIN 12 Kota Medan yang telah bersedia menjadi sample dalam penelitian ini serta memberikan saran dan masukan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sumatera Utara khususnya di Program Study Perbankan Syariah yang senantiasa memberikan masukan, semangat, dan dorongan dalam penyusunan skripsi ini dan senantiasa mendorong penulis untuk selalu maju.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini, namun penulis menyadari masih terdapat kekurangan di dalam skripsi ini. Untuk itu, saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sangat diharapkan demi sempurnanya skripsi ini. Harapan penulis semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangsih dalam meningkatkan kualitas pendidikan di negeri tercinta ini. Akhirnya penulis berharap kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca dalam usaha peningkatan pendidikan di masa mendatang.

*Wassalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh.*

Medan, Januari 2021

Penulis

ABDULLAH SIREGAR  
NIM. 53154135



## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Kegunaan Penelitian .....	9
<b>BAB II: KAJIAN TEORITIS</b> .....	<b>11</b>
A. Landasan Teoritis .....	11
1. Perbankan Syariah.....	11
2. Pelayanan Bank Syariah.....	12
3. <i>Mobile Banking</i> .....	16
4. Automatic Teller Machine (ATM).....	20
5. Kepuasan Nasabah.....	23
B. Kajian Terdahulu.....	36
C. Kerangka Teoritis.....	39
D. Hipotesis Penelitian.....	40
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>

A. Pendekatan Penelitian.....	42
B. Lokasi dan waktu Penelitian .....	42
C. Populasi dan Sample Penelitian .....	42
D. Jenis dan Sumber Data.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Defenisi Operasional.....	47
G. Teknik Analisis Data.....	49
1. Uji Deskriptif .....	49
2. Uji Kualitas Data .....	50
3. Uji Asumsi Klasik.....	51
a. Uji Normalitas .....	52
b. Uji Multikolinearilitas .....	52
c. Uji Heterokedastisitas .....	52
d. Uji Autokorelasi .....	53
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
5. Uji Hipotesis.....	53
a. Uji Parsial ( Uji t ) .....	53
b. Uji F .....	54
c. Uji Koefisien Determinasi ( $d_{just} R^2$ ) .....	54
<b>BAB IV : TEMUAN PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
A. Gambaran Umum MIN 12 Kota Medan .....	55
1. Sejarah MIN 12 Medan.....	55
2. Visi dan Misi MIN 12 Kota Medan .....	56
3. Struktur Organisasi Sekolah .....	57
4. Data Guru dan Pegawai di MIN 12 Kota Medan.....	58
B. Hasil Penelitian .....	60
1. Deskripsi Hasil penelitian.....	60
2. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	66
3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	75
a). Uji Validitas.....	75

b). Uji Reabilitas.....	79
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	80
a). Hasil Uji Normalitas.....	80
b). Hasil Uji Multikolinieralitas.....	82
c). Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83
d). Hasil Uji Autokolearsi.....	84
5. Regresi Linier Berganda.....	85
6. Uji Hipotesis.....	87
a). Uji Parsial ( Uji $t$ ).....	87
b). Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	89
c). Uji Simultan ( Uji $F$ ).....	90
C. Interpretasi Penelitian.....	92
1. Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	92
2. Pengaruh <i>Automatic Teller Machine (ATM)</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	92
3. Pengaruh Layanan <i>Mobile Banking dan Automatic Teller     Machine (ATM)</i> Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri.....	93
4. Hasil uji determinan $R^2$ .....	94
D. Pembahasan dalam Penelitian.....	95
<b>BAB V : PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>halaman</b>
Tabel 2.1	Penelitian yang relevan.....	36
Tabel 3.2	Skala Penilaian <i>Likert</i> .....	46
Tabel 3.2	Defenisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel.....	48
Tabel 4.1	Data guru dan pegawai MIN 12 Medan.....	58
Tabel 4.2	Identitas Responden Menurut Jenis Nasabah.....	60
Tabel 4.3	Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.4	Identitas Responden Menurut Usia .....	62
Tabel 4.5	Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	63
Tabel 4.6	Identitas Responden Menurut Pekerjaan.....	64
Tabel 4.7	Identitas Responden Menurut Pendapatan.....	65
Tabel 4.8	Skor Angket Untuk Variabel Layanan <i>Mobile Banking</i> (X1)....	66
Tabel 4.9	Skor Angket Untuk Variabel Layanan ATM ( <i>Automatic Teller Machine</i> ) (X2) .....	69
Tabel 4.10	Skor Angket Untuk Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	72
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel <i>mobile banking</i> (X1) .....	76
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel ATM (X2).....	77
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Kepuasan Nasabah</i> (Y).....	78
Tabel 4.14	Hasil Uji Reabilitas .....	79
Tabel 4. 15	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	80
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolinieritas .....	83
Tabel 4.17	Hasil Uji Autokorelasi.....	85
Tabel 4.18	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4.19	Hasil Uji T.....	87
Tabel 4.20	Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	89
Tabel 4.21	Hasil Uji F.....	91

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>halaman</b>
Gambar 1.1 Data Pengguna E Channel Tahun 2018.....	5
Gambar 4.1 Persentase responden berdasarkan jenis produk .....	61
Gambar 4.2 Persentase responden berdasarkan jenis kelamin.....	62
Gambar 4.3 Persentase responden berdasarkan usia .....	63
Gambar 4.3 Persentase responden berdasarkan usia.....	64
Gambar 4.4 Persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	65
Gambar 4.5 Persentase responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	66
Gambar 4.6 Persentase responden berdasarkan pendapatan.....	67
Gambar 4.7 Histogram Display Normal Curve.....	81
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	82
Gambar 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	84

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	halaman
1. Kuesioner Responden .....	102
2. Tabulasi Data .....	110
3. Output Hasil Penelitian .....	119
4. Persetujuan Izin Riset.....	134

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **B. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis sangat tajam yang ditandai dengan kemajuan perekonomian global yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis pada sektor jasa. Perbankan merupakan salah satu industri jasa yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena perbankan telah menjadi industri jasa yang memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional dan berfungsi sebagai lembaga perantara untuk menampung dana masyarakat dan menyalurkan kembali kepada kegiatan perekonomian yang bersifat produktif. Industri perbankan nasional, memiliki masa depan yang cerah hal itu didukung oleh kekayaan alam Indonesia yang melimpah dan ditunjang oleh jumlah penduduk Indonesia yang besar. Jika kedua potensi tersebut dikembangkan secara maksimal perbankan nasional bisa berperan lebih besar dan dibutuhkan oleh masyarakat sendiri<sup>1</sup>.

Dari waktu ke waktu teknologi informasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat cepat dan pesat, dan saat ini sudah menjadi tuntutan masyarakat yang tidak dapat ditawar lagi. Tujuan utama perkembangan teknologi informasi adalah perubahan kehidupan masa depan manusia yang lebih baik, mudah, murah, cepat dan aman. Kemajuan teknologi informasi, telah melahirkan banyak perubahan mendasar dalam kehidupan manusia saat ini, memberikan banyak kemudahan dan membantu pekerjaan manusia.

Teknologi Informasi telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Mulai dari wahana teknologi informasi yang paling sederhana berupa perangkat radio dan televisi, hingga internet dan telepon genggam dengan protokol aplikasi tanpa kabel (WAP), informasi mengalir dengan sangat cepat dan dalam skala minggu atau hari atau bahkan jam, melainkan sudah berada dalam skala menit dan detik. Sebagai contoh adalah seseorang di Indonesia mengirimkan sejumlah uang untuk anaknya yang sekolah dan berbeda daerah dengannya, pada

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 27

saat yang hampir bersamaan si anak langsung menerima uangnya lewat bank atau ATM.

Kebutuhan akan informasi dan komunikasi semakin tinggi. Kebutuhan tersebut tidak hanya dibutuhkan oleh kalangan menengah keatas, namun dibutuhkan oleh seluruh kalangan masyarakat. Khususnya kebutuhan akan informasi dan komunikasi terhadap dunia perbankan. Mengingat 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.

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.

Perbankan di Indonesia telah melakukan upaya untuk mencapai kepuasan nasabah dengan memaksimalkan penggunaan sarana layanan seperti *mobile banking*, dan *Automatic Teller Machine* (ATM). Hal tersebut dilakukan oleh keseluruhan perbankan di Indonesia karena memanfaatkan perkembangan yang tinggi pada saat ini khususnya pada penggunaan internet yang digunakan oleh masyarakat luas.



Prosedur transaksi pada setiap bank di Indonesia biasaya diawali dengan penulisan data, mengantri, dan dilanjutkan dengan transaksi langsung di mana terjadi tatap muka antara nasabah dengan teller. Proses ini cukup memakan waktu dan tidak jarang menyebabkan ketidaknyamanan ketika nasabah harus mengantri dalam waktu yang cukup lama. Namun dengan penggunaan teknologi canggih di sektor perbankan, pola transaksi tersebut akan menjadi lebih cepat dan efisien.

Masyarakat kita terutama yang hidup di perkotaan atau kota-kota besar sudah tidak asing lagi jika mendengar kata Bank. Bahkan sekarang ini sebahagian besar masyarakat pedesaan pun sudah terbiasa mendengar kata Bank, terlebih lagi hingga bingar dunia perbankan semenjak Indonesia dilanda krisis beberapa waktu yang lalu yang di ikuti dibubarkannya puluhan bank. Pengenalan bank dari sebahagian masyarakat mengenal bank masih sebatas yang ada kaitannya dengan tabungan atau kredit, selebihnya banyak yang tidak tahu, padahal begitu banyak layanan bank yang dapat dinikmati oleh masyarakat saat ini.

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syari'ah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syari'ah, Unit Usaha Syari'ah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS).<sup>2</sup>

Namun berkaitan dengan system operasional bank, manajemen bank syariah tidak banyak berbeda dengan manajemen bank pada umumnya (bank konvensional). Dalam beberapa hal, bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, teknis transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan seperti KTP, NPWP, proposal, laporan keuangan, dan sebagainya. Akan tetapi, terdapat banyak perbedaan mendasar diantara keduanya. Perbedaan itu menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja<sup>3</sup>.

Menyadari semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia bisnis ini, kualitas pelayanan perbankan semakin meningkat dan persaingan pada jasa

---

<sup>2</sup>Soemitra Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 61

<sup>3</sup>Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 29

perbankan semakin kompleks pasca keluarnya penjaminan terbatas (dana nasabah) yang dilakukan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) . Hal ini membuat setiap perbankan selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya. terhadap lembaga keuangan lainnya. Oleh sebab itu, inovasi tersebut harus dapat mencapai tingkat kepuasan nasabah.

Pertumbuhan pengguna *smartphone* terus meningkat dalam 5 tahun terakhir, yakni dari 19 persen pada 2014 menjadi 56 persen pada 2018. Pesatnya pertumbuhan tersebut juga berdampak positif terhadap nasabah bank dan juga pengguna internet dan *mobile banking*. Berdasarkan hasil kajian Jenius Financial Study : Indonesia Digital Savvy Behaviour yang bekerjasama dengan Nielsen, jumlah nasabah penabung bertumbuh dari 23 persen pada 2014 menjadi 36 persen pada 2018. Dari pertumbuhan jumlah nasabah penabung tersebut, pengguna internet dan *mobile banking* juga bertumbuh dari 28 persen pada 2014 menjadi 30 persen pada 2018.<sup>4</sup>

Terlepas dari tingginya kebutuhan para *digital savvy* ini terhadap aplikasi keuangan kita perlu memperhatikan beberapa kriteria sebelum memilih sebuah aplikasi keuangan. Kita harus mengedepankan pentingnya *pricing* yang rendah dari penggunaan *online banking*, terutama tidak adanya biaya administrasi bulanan ataupun biaya tarik tunai. Selain itu, mereka juga memperhatikan keamanan dan inovasi dari produk tersebut.

Di Indonesia, *mobile banking* telah diperkenalkan pada nasabah Bank Syariah Mandiri. Dengan memberikan fasilitas ATM serta kemudahan-kemudahan dalam *internet banking* maka Bank Syariah Mandiri yang bersaing demi mendapatkan nasabah. Bank Syariah Mandiri menyediakan layanan *mobile banking* dengan memberikan fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet selama 24 jam, 7 hari seminggu bagi nasabah bank. Oleh sebab itu, dalam teknologi ISST (*Internet Self Service Technolgy*), diharapkan dapat memberikan kepuasan nasabah

---

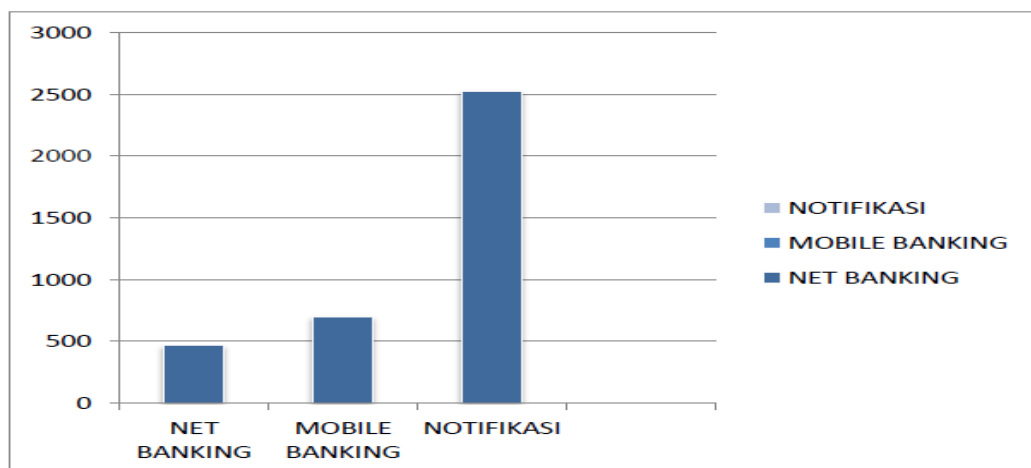
<sup>4</sup> Amir karimuddin, MEF: *Penggunaan Mobile Banking Capai 80% di Indonesia, Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Terbesar* <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia>, 6 Februari 2018

melalui kualitas pelayanan teknologi informasi seperti: kemudahan dalam bertransaksi.

*Mobile banking* merupakan terobosan baru dalam dunia perbankan saat ini, dimana dengan menggunakan fasilitas *mobile banking* Para Nasabah tidak perlu harus berada dibank dan membuang banyak waktu untuk melakukan sebuah transaksi, karena transaksi bisa dilakukan dimana saja melauai telephone, SMS, ATM atau internet. Selain memudahkan bagi para Nasabah dalam melaukan transaksi, penggunaan fasilitas *mobile banking* juga membantu meringankan tugas pihak penyedia layanan jasa perbankan dalam melayani para nasabah. Bagi para konsumen yang tingkat kesibukannya rendah mungkin penggunaan fasilitas *mobile banking* tidaklah menjadi sebuah keharusan tetapi akan berbeda dengan konsumen yang tingkat kesibukannya lebih tinggi. Para konsumen yang tingkat kesibukannya tinggi menganggap bahwa asilitas *mobile banking* sangat dibutuhkan dan tergolong penting karena sangat membantu mereka dalam melakukan suatu transaksi ditengah aktivitas dan kesibukan mereka.

Penerapan mobile banking mulai berkembang dalam dunia perbankan, ini dibuktikan dari jumlah pengguna e channel di setiap Bank Syariah Mandiri.<sup>5</sup>

Gambar 1.1 Data Pengguna E Channel Tahun 2018



\*data MIS tanggal 02 Agustus 2018

<sup>5</sup> Amir karimuddin, *MEF: Penggunaan Mobile Banking Capai 80% di Indonesia, Isu Kepercayaan Menjadi Masalah Terbesar* <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia>, 6 Februari 2018

Dari grafik di atas, kita dapat melihat perbandingan antara jumlah nasabah pengguna net banking ( dibawah 500 pengguna), *mobile banking* ( diatas 500 pengguna ) dan notifikasi sms ( 2.500 pengguna ). Untuk pengguna net banking lebih rendah dari pada *mobile banking*. Dan pengguna *mobile banking* sudah mulai diminati dan sudah lebih banyak jumlahnya dibandingkan daripada pengguna net banking.

Walaupun demikian, notifikasi sms lebih diminati pengguna nasabah dari pada *mobile banking* dan net banking. Hal ini disebabkan berbagai faktor, misalnya masalah kepercayaan dan bahkan ketidakpahaman terhadap penggunaan teknologi informasi *mobile banking* . Terutama bagi nasabah yang berada di pedesaan dengan berbagai alasan misalnya lemahnya jaringan internet dan ketidakpahaman dalam menggunakan aplikasi, mereka lebih memilih notifikasi sms untuk mendapatkan informasi tentang rekeningnya di Bank Syariah Mandiri.

Selain, penggunaan internet banking, notifikasi sms, dan penggunaan *mobile banking*, terdapat juga nasabah yang menggunakan ATM (*Automatic Teller Machine*). Penggunaan ATM juga lebih dikehendaki dan diminati oleh nasabah. Hal ini dikarenakan nasabah berfikir lebih baik dari mesin ATM dari pada melakukan transaksi ke Bank dengan harus mengantri dan menghabiskan waktu yang banyak. Akan tetapi Bank Syariah Mandiri hanya memiliki sedikit mesin ATM yang ada di wilayah kota Medan Medan ini, yaitu hanya memiliki 21 mesin ATM. Hal inilah yang menjadi permasalahan yang sering ditimbulkan oleh ketidakpuasan nasabah terhadap layanan bertransaksi, mungkin dikarenakan jauh dari tempat tinggal dan tidak adanya jaringan di suatu wilayah

Dengan demikian, perbankan harus dapat meningkatkan kualitas layanannya terhadap teknologi internet. Mengingat perkembangan akan pemakai internet dan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah mengalami peningkatan. Layanan internet yang dapat dilakukan oleh perbankan seperti layanan dengan *internet banking*, *mobile banking*, kartu ATM, kartu kredit, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, peneliti berfokus terhadap layanan *mobile banking* dan ATM.

Selain itu bertransaksi dengan *mobile banking* juga dapat mengurangi masalah yang pada umumnya sering terjadi pada sistem pelayanan manual perbankan

seperti kepadatan nasabah yang akan melakukan transaksi karena pada umumnya bank menerapkan sistem antrian berdasarkan nomor urut antrian sehingga dibutuhkan banyak waktu untuk melakukan suatu transaksi. Selain itu masalah lain yang sering terjadi dan menghambat dalam proses transaksi manual adalah sering terganggunya sistem jaringan (*Offline*) yang menyebabkan pelayanan menjadi lambat bahkan terhenti.

Kehadiran layanan internet banking melalui home banking dan wireless banking, ternyata telah mengubah secara dramatis terhadap pola interaksi antara lembaga keuangan dengan nasabahnya. Dengan, disediakannya fasilitas layanan internet banking, nasabah bank mendapatkan keuntungan berupa fleksibilitas untuk melakukan kegiatan setiap saat.

Nasabah juga dapat mengakses layanan internet banking melalui personal computer, ponsel atau media wireless lainnya. Namun demikian, layanan internet banking di-*setting* sebagai sebuah channel baru dari customer *touchpoint*. Untuk membuat layanan internet banking memberi keuntungan, lembaga keuangan bank harus menyediakan bagian integral dari strategi multichannel yang membolehkan nasabah bagaimanapun, kapanpun, dimana pun mereka bertransaksi.

Sebagai dasar untuk menciptakan strategi *multichannel*, lembaga keuangan bank harus menyediakan fasilitas layanan internet banking yang *a real time* dan *cross-channel view* dari semua informasi nasabah. Dengan pandangan demikian, lembaga keuangan bank dapat merespons dengan segera untuk setiap kontak/transaksi dengan nasabah, memperbaiki layanan nasabah, membuka kesempatan keuntungan untuk penjualan secara silang, dan juga dengan layanan internet banking ini diharapkan lembaga keuangan mampu masuk pada generasi selanjutnya dari retail bank Teknologi king.

Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kelancaran transaksi dan pemahaman nasabah dalam penggunaan fasilitas Internet Banking maka sangat berminat untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Layanan *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri ( Studi Kasus di MIN 12 Medan )”**.

### **C. Identifikasi Masalah**

Adapun identifikasi masalah berdasarkan latar belakang masalah diatas dalam penelitian yang saya lakukan ini adalah:

1. Nasabah kurang memahami pengetahuan tentang teknologi informasi, dalam hal pengoperasian *Mobile Banking*, sehingga banyak nasabah yang belum menggunakan teknologi tersebut secara optimal.
2. Adanya teknologi informasi yang seharusnya dapat membantu pihak perbankan dalam meningkatkan kualitas layanan dalam bertransaksi, akan tetapi nasabah masih banyak yang kurang memanfaatkannya.
3. Hanya terdapat sedikit yaitu 21 mesin *Automatic Teller Machine (ATM)* Bank Syariah Mandiri yang berada di wilayah Medan, sehingga nasabah sulit untuk melakukan transaksi, tidak seperti mesin ATM milik bank lainnya yang terdapat dimana-mana misalnya di POM Bensin bahkan tersedia di toko mini market. Sedangkan untuk ATM BSM hanya tersedia di bank kantor cabang.

### **D. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat penggunaan teknologi informasi perbankan dalam layanan *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)* terhadap nasabah Bank Syariah Mandiri khususnya pada guru dan pegawai MIN 12 Kota Medan baik yang PNS maupun yang honorer.
2. Kepuasan nasabah BSM khususnya pada guru dan pegawai MIN 12 Kota Medan terhadap layanan *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)* yaitu seberapa besar tingkat kepuasan nasabah setelah menggunakan layanan *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)* dan membandingkan antara apa yang dia telah terima dan apa yang dia harapkan dengan adanya layanan *Mobile Banking dan ATM* pada Bank Syariah Mandiri.

## **E. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah untuk penelitian ini berdasarkan batasan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah Layanan *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui mobile banking berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk mengetahui *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
3. Untuk mengetahui *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## **G. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan sesuai sifat penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi bank, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam bertransaksi dengan menggunakan *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine* (ATM) dalam transaksi sehingga dapat menjadi bahan kebijakan dalam upaya meningkatkan bangsa pasarnya dalam dunia globalisasi.

2. Bagi nasabah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kemudahan dan kepuasan dalam bertransaksi melalui *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)* Kemudian bagi nasabah yang belum dapat atau belum pernah menggunakan kualitas *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)* dapat mengetahui kegunaan serta fungsi *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)*, sehingga dapat dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan kepuasan dalam bertransaksi yang dilakukan nasabah bank.
3. Bagi peneliti, hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan dasar bagi penelitian berikutnya, terutama penelitian yang tertarik pada tema penerimaan kualitas layanan teknologi informasi dan perilaku konsumen untuk kepuasan bertransaksi di bank dengan jalan menambah beberapa variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **A. Landasan Teoritis**

##### **1. Perbankan Syariah**

Pengembangan sistem perbankan syariah di Indonesia dilakukan dalam kerangka dual-banking system atau sistem perbankan ganda dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional secara sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara lebih luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.

Karakteristik sistem perbankan syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam memproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, perbankan syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.

Dalam konteks pengelolaan perekonomian makro, meluasnya penggunaan berbagai produk dan instrumen keuangan syariah akan dapat merekatkan hubungan antara sektor keuangan dengan sektor riil serta menciptakan harmonisasi di antara kedua sektor tersebut. Semakin meluasnya penggunaan produk dan instrumen syariah disamping akan mendukung kegiatan keuangan dan bisnis masyarakat juga akan mengurangi transaksi-transaksi yang bersifat spekulatif, sehingga mendukung stabilitas sistem keuangan secara

keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian kestabilan harga jangka menengah-panjang.

Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan.

## **2. Pelayanan Bank Syariah**

Fandy Tjiptono dan Gregorius mengemukakan bahwa definisi pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.<sup>6</sup> Menurut Valarie A. Zethmal dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.<sup>7</sup> Sedangkan Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.<sup>8</sup>

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Pengertian

---

<sup>6</sup> Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfication*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h.11

<sup>7</sup> Supriyadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h.6

<sup>8</sup> Muhtosim ,Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), h.11

pelayanan dalam konteks Perbankan Syariah ialah memberikan pelayan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, baik dalam memberikan penjelasan produk maupun complain nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian Konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan bisnis perbankan, merupakan bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini. faktor yang lebih dominan memotivasi masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah adalah faktor kualitas pelayanan dan kedekatan lokasi bank dari pusat kegiatan.

Selain itu, menarik juga untuk diperhatikan, bahwa nasabah yang telah menggunakan jasa bank syariah, sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti jadi nasabah, antara lain karena kualitas pelayanan yang kurang baik, dan atau keraguan akan konsistensi penerapan prinsip syariah ( Bappenas).

Peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan ragam produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta pemahaman prinsip-prinsip syariah dalam transaksi perbankan, mutlak harus dilakukan dalam memberikan layanan, yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, sehingga para masyarakat pun akan merasa puas dengan layanan tersebut.

Pentingnya peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu tahapan yang perlu di implementasikan oleh perbankan syari'ah sebagaimana berdasarkan cetak biru pengembangan bank syariah Indonesia yang di cantungkan sejak tahun 2002, diimplementasikan, diarahkan untuk meletakkan landasan pengembangan yang kuat bagi pertumbuhan perbankan syariah. Implementasi inisiatif strategi pada ini difokuskan pada pembentukan kerangka dasar system pengaturan yang sesuai yang sehat. Diarahkan untuk memperkuat struktur industri perbankan syariah.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:<sup>9</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

*Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran islam. Dimana islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.<sup>10</sup>

Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang Islami Rasulullah SAW mengatakan “Saidul Kaunkhalimuhum” (pengurus/pengusaha itu adalah

---

<sup>9</sup> Soenarjo, R.H.A, *Al Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta : LP. Raja Fahd , 1971)

<sup>10</sup> Muhammad, Pengantar Akuntansi Syari'ah, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka, 1999),Cet.ke-1, h.96

pelayan bagi customernya). Karena itu, sikap murah hati, ramah, dan sikap melayani mestilah menjadi bagian dari kepribadian semua karyawan yang bekerja. Adapun budaya kerja dalam islam yang mengacu kepada sifat-sifat nabi adalah kesuksesan Nabi Muhammad SAW berbisnis dilandasi oleh<sup>11</sup>:

a. Shiddiq

Berarti memiliki kejujuran, dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan perbuatan berdasarkan ajaran islam. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dengan kesungguhan dan ketepatan, janji, dan pelayanan.

b. Istiqamah

Berarti konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.

c. Fathanah

Berarti mengerti, memahami, dan menaati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban.

d. Tabligh

Yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam. Tabligh yang disampaikan dengan hikmah, sabar, argumentative dan persuasive akan membutuhkan hubungan kemanusiaan yang semakin solid dan kuat.

e. Amanah

Amanah berarti memiliki rasa tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang baik) dalam segala hal.

---

<sup>11</sup> Hafihuddin, Didin Dan Hendri Tanjung, Manajemen Syari'ah Dalam Praktik, (Jakarta:Gema Insani, 2003), Cet.ke-1, h.71

### **3. Mobile Banking**

#### **a. Pengertian Mobile Banking**

*Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/ *handphone* GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, misal Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya.<sup>12</sup> SMS merupakan pesan tertulis yang dapat diterima dan dikirim ke pengguna HP. Dengan adanya kerjasama antara bank dan operator seluler serta nasabah maka transaksi dapat dilakukan dengan mudah di mana saja yang disebut dengan *mobile banking*.

Bila seseorang melakukan transaksi maka bank akan membuat konfirmasi bahwa pada jam, hari, tanggal, tahun tertentu telah terjadi transaksi. Bila nasabah tidak merasa melakukan transaksi maka berhak membatalkan transaksi tersebut.

Layanan *mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan *m-Banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi di mana saja dan kapan saja. Pada akhirnya bankberamai-ramai menyediakan fasilitas m-Banking demi mendapatkan kepuasan dan peningkatan jumlah nasabah.

#### **b. Fitur Mobile Banking**

Fitur-fitur layanan yang ada dalam *mobile banking* pada Bank Syariah Mandiri antara lain :

1. layanan informasi rekening ( informasi saldo, daftar mutasi, tanggal mutasi, dan informasi portofolio )
2. transfer ( sesama BSM, Non BSM, QRIS, Tarik Tunai)
3. Pembayaran ( tagihan listrik BPJS, haji dan umroh, asuransi, tiket, internet, PDAM, dll)

---

<sup>12</sup>Supriyono, Maryanto, *Buku Pintar Perbankan...*, h. 67

4. .Pembelian ( Voucher HP, PLN token, E-Money, Paket Data, TOP UP )
5. Layanan Islami ( Asmaul Husna, Jus Amma, Bacaan Al Qur'an )
6. Ziswaf ( Zakat, Infaq dan Sedekah, serta donasi lainnya )

#### **c. Cara Mendaftarkan *Mobile Banking***

Untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan *User-ID* dan *password* untuk *login*, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan *password* saat menjalankan transaksi.

#### **d. Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Terhadap *Mobile Banking***

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap konsumen pada penggunaan *m-Banking*, yaitu :

1. Keamanan sistem *m-Banking*.

Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.

2. Kemudahan suatu website untuk diakses.

Kemudahan untuk mengakses sistem layanan secara online melalui media *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang menentukan kesediaan nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau website perusahaan jasa layanan

perbankan secara mobile akan meningkatkan sikap konsumen pada jasa layanan perusahaan serta jasa perusahaan akan menunjang sikap konsumen.

3. Privasi pengguna.

Dalam sistem layanan perbankan / transaksi keuangan secara mobile, nasabah menginginkan privasi yang tinggi. Nasabah tidak mau data dirinya diketahui atau disebar dengan sengaja oleh perusahaan. Oleh sebab itu, privasi pengguna merupakan salah satu faktor yang menentukan bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan mobile banking.

4. Keandalan layanan (layanan 24 jam).

Transaksi keuangan secara mobile memiliki keunggulan tanpa batas waktu. Perusahaan yang mampu memberikan layanan tanpa batas waktu (24 jam sehari) akan lebih diminati nasabah.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan.

Salah satu faktor yang menentukan nasabah untuk menggunakan jasa layanan perbankan (m-Banking) adalah kredibilitas perusahaan penyedia jasa layanan mobile banking. Perusahaan dengan tingkat kredibilitas yang tinggi lebih diminati nasabah untuk digunakan jasa layanan mobile banking-nya.

6. Kecepatan koneksi jaringan.

Konsumen atau nasabah dewasa ini memiliki kebutuhan/tuntutan yang lebih kompleks pada penyedia jasa layanan perbankan secara mobile. Salah satu aspek yang harus dipenuhi adalah kecepatan koneksi dalam sistem perbankan secara mobile. Meskipun kesalahan ini tidak terdapat pada sistem perbankannya melainkan pada provider yang dipakai oleh nasabah tersebut. Provider jaringan tergantung pada sinyal yang ada pada jaringan, kesalahan pada koneksi sering terjadi pada tempat yang jauh dari jangkauan signal.

Cara kerja *M-banking* sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pengiriman SMS biasa yang sering dilakukan. Nasabah mengirimkan SMS kepada nomor yang telah disediakan oleh pihak bank dengan isi pesan berupa kode tertentu.



Selain itu, setiap kali mengirimkan sebuah SMS, di dalam pesan yang dikirimkan ikut serta di dalamnya adalah PIN untuk mengakses M-banking tersebut. Apabila kode dan PIN yang dimasukkan benar maka permintaan transaksi akan diterima. Sebaliknya, apabila salah satu isi pesan, baik kode pesan maupun PIN tidak sesuai maka permintaan transaksi akan ditolak.<sup>13</sup>

Kemudahan yang ditawarkan dari *Mobile Banking* yaitu kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari isi ulang pulsa, transfer sampai pembayaran tagihan kartu kredit yang mudah hanya dengan seperti mengirim SMS.

#### **e. Kelemahan Mobile Banking**

Disisi lain dari kemudahan tersebut, *Mobile Banking* juga terdapat beberapa kelemahan. Salah satu kelemahan pada *Mobile Banking* adanya seorang hacker untuk mendapatkan informasi *account* atau debit dan informasi kartu kredit dari pengguna. Selain kelemahan di atas juga terdapat beberapa kelemahan dalam pelayanan pada *Mobile Banking* lainnya, diantaranya<sup>14</sup>:

- 1) Pengiriman pemberitahuan transaksi yang terlambat diterima oleh nasabah
- 2) Kesalahan pengiriman ke nomor lain
- 3) Tidak diterimanya pemberitahuan dari pihak bank, walaupun nasabah telah melakukan transaksi
- 4) Sampai saat ini pengiriman SMS yang masih sering tertunda atau dikenal dengan istilah pending, sehingga transaksi yang seharusnya *real time* menjadi tidak *real time* lagi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh May Fanny Eka Putri dan Dodic Tricahyono dari hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan elektronik secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna *mobile banking*.

---

<sup>13</sup> Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h. 101-102

<sup>14</sup> *Ibid.*, h. 105

#### 4. Automatic Teller Machine (ATM)

##### a. Pengertian Automatic Teller Machine (ATM)

Kartu ATM merupakan salah satu jenis kartu plastik yang barangkali paling banyak dikeluarkan oleh lembaga perbankan dan paling banyak dipergunakan. Kartu ATM adalah alat yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan tunai atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada bank atau lembaga selain bank yang berwenang untuk menghimpun dana.<sup>15</sup>

ATM adalah kepanjangan dari *Automatic Teller Machine*. Secara harfiah: *automatic* berbicara otomatis, *teller* adalah petugas perbankan yang berada di lini depan melayani nasabah dalam urusan setor uang (*deposit*) dan tarik dana (*withdraw*), sedangkan *machine* adalah mesin. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ATM adalah sebuah mesin yang secara otomatis dapat bekerja menggantikan peran dari *teller* yang sering kita jumpai di bank. Dengan adanya mesin-mesin ATM seperti ini, kita tidak perlu lagi antri di depan *teller* setiap membutuhkan jasa perbankan. Cukup datang ke sebuah loket yang menyediakan mesin ATM dan biasanya lokasinya ada di setiap cabang bank itu sendiri atau di tempat-tempat yang ramai dan strategis seperti lobby hotel, mal, perkantoran, dst. Dapat disimpulkan kartu ATM adalah kartu-kartu yang diterbitkan bank untuk dapat dipergunakan di mesin-mesin ATM yang ada.

*Automatic Teller Machine* (ATM) juga dikenal sebagai Anjungan Tunai Mandiri, yaitu sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang teller atau kasir.<sup>16</sup> Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah mesin *Automatic Teller Machine* (ATM). ATM merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara

---

<sup>15</sup> Hendro ,Tri dan Conny Tjandra Rahardja, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), h.4.

<sup>16</sup> *Ibid.*, h.4.

otomatis setiap saat. Pengertian ATM ini sudah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia yang artinya Anjunga Tunai Mandiri.

#### **b. Manfaat Penggunaan ATM**

ATM Mempunyai berbagai macam manfaat dalam penggunaannya, dengan keterangan sebagai berikut :

1. ATM dapat menghemat waktu & biaya tanpa kita harus datang langsung ke Bank yang bersangkutan
2. ATM digunakan dengan system LAN dapat menggunakan adapter untuk menyediakan kecepatan transmisi
3. ATM dapat menarik dana dengan cepat.
4. ATM mampu menangani semua jenis trafik komunikasi (voice, data, image, video, suara dengan kecepatan tinggi, multimedia dan sebagainya) dalam satu saluran dan dengan kecepatan tinggi)

Dengan ATM nasabah dapat melakukan transaksi dan informasi perbankan sebagai berikut:

2. Penarikan Tunai
3. Setoran Tunai
4. Transfer Dana
5. Pembayaran
6. Pembelian

#### **c. Syarat Mendapatkan Kartu ATM**

Kartu ATM adalah kartu plastik yang paling banyak diterbitkan di seluruh dunia. Bentuk dan ukurannya persis seperti kartu kredit atau kartu-kartu lainnya. Di depannya terdapat nomor kartu dan kadang nama si pemilik kartu. Beberapa kartu juga memiliki tanggal atau masa berlakunya. Sedangkan di belakang ada semacam pita magnetik serta informasi logo dan nomor telepon bank penerbit. Fungsi logo yang tercantum di sana berarti kartu ATM tersebut bisa dipergunakan di semua mesin ATM yang juga memiliki logo yang sama.

Kartu ATM merupakan kartu yang paling banyak dimiliki oleh masyarakat di setiap negara. Karena hampir semua bank mulai dari bank asing, bank pemerintah, bank swasta nasional sampai bank pembangunan daerah (BPD) menerbitkan kartu seperti ini. Memiliki kartu ini pun sangatlah mudah. Syaratnya hanya perlu menabung di sebuah bank dan mengajukan kepemilikan kartu.

Kartu ATM bukanlah kartu wajib. Kita bisa saja menolak memiliki atau menggunakan kartu ini jika menurut kita kurang bermanfaat atau gaptek. Berhubung manfaatnya yang sangat banyak, rasanya sayang jika kita tidak memiliki kartu satu ini. Pada saat kita membutuhkan uang tunai, ke manakah kita harus meminjam? Sedangkan bank tidak beroperasi 24 jam dan ada hari liburinya.

Dengan memiliki kartu ATM, kita bisa segera ke mesin ATM terdekat untuk menarik uang tunai. Selain itu dengan adanya berbagai fasilitas seperti *m-banking*, *internet banking*, dsb.. membuat kita dengan leluasa bisa membayar semua biaya dan tagihan. Tanpa memiliki kartu ATM kita tidak bisa mempergunakan fasilitas bank yang lebih canggih tersebut.

Meski bukanlah kewajiban, menabung di bank tanpa memiliki kartu ATM rasanya konyol. Justru dengan adanya kartu ATM ini mendorong kita lebih tertarik untuk menabung. Sebab kapan saja dan di mana saja kita bisa menarik kembali uang kita selama masih ada mesin ATM. Mesin ATM beroperasi 24 jam nonstop kecuali listrik mati atau sedang dalam perbaikan sistem jaringan (*maintenance*). Bank-bank yang tidak memiliki produk kartu ATM pasti akan ditinggalkan nasabah mereka.

Dalam perkembangan berikutnya, kartu ATM menjadi kartu wajib yang dimiliki oleh setiap nasabah atau pemilik tabungan. Kartu ATM ini bisa dijadikan salah satu alat verifikasi perbankan. Sebab sebuah kartu hanya diterbitkan kepada seorang nasabah. Jika ada kartu yang sama maka kemungkinan kartu tersebut sudah diduplikasi oleh pihak lain. Dunia perbankan berkembang sedemikian cepat dan luar biasa.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.mafiakartukredit.com/2011/06/pengertian-kartu-atm.html>

## **5. Kepuasan Nasabah**

### **a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Menurut Husein Umar Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.<sup>18</sup> Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>19</sup>

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Jadi dapat disimpulkan kepuasan adalah tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka seseorang akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, seseorang akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan seseorang akan sangat puas. Tentang kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. bahwa pelanggan yang merasa terpuaskan akan memberikan tambahan nilai positif, yaitu kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia bukan hanya akan terus menggunakan pelayanan tersebut, tetapi juga akan

---

<sup>18</sup> Husein ,Umar, *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 2005, h. 65

<sup>19</sup> *ibid.* h. 66

menyakinkan orang lain untuk turut serta merasakan pelayanan yang tersedia sebagai pelanggan baru.

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>20</sup> Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/ kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah garis harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang. Banyaknya perusahaan yang memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya hanya pas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap sesuatu, bukan karena kesukaan atau preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan perilaku, terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan terhadap produk atau jasa tersebut. Dalam konteks perbankan, kepuasan yang di rasakan oleh nasabah terlihat dari banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh petugasnya, maka mereka tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya, dan bahkan nasabah tersebut akan menceritakan kepada orang lain untuk menabung ataupun melakukan pembiayaan di Bank tersebut.

### **b. Tingkat Kepuasan Nasabah**

Menyangkut komponen kepuasan konsumen (harapan kinerja/ hasil yang dirasakan). Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli

---

<sup>20</sup> Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997), h.36

atau mengkonsumsi suatu produk baik itu berupa barang atau jasa. Sehingga sebelum konsumen membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan didapat. Sedangkan kinerja yang dirasakan oleh konsumen adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :<sup>21</sup>

#### 1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

#### 2. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

#### 3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

#### 4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

#### 5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

---

<sup>21</sup> Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta h. 177

Dalam melakukan usahanya, perusahaan baik besar maupun kecil tidak terlepas dari penjualan, penjualan yang baik akan menciptakan suatu kepuasan. Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya.<sup>22</sup>

Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan, yaitu :

1. Bila kinerja lebih rendah dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas, karena harapannya lebih tinggi daripada yang diterima pelanggan dari pemberi jasa.
2. Bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas karena harapannya sesuai dengan apa yang diterima oleh pelanggan dari pemberi jasa.
3. Bila kinerja melebihi dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas karena apa yang diterimanya melebihi dari apa yang diharapkannya.

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah nasabah membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa atau merasakan pelayanan dari penyedia barang/jasa dengan harapan dari nasabah itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam merasakan layanan jasa yang diberikan kepadanya. Pemberi layanan jasa yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan nasabah serta dapat memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan merasakan puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh dibawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak

---

<sup>22</sup> Kotler, Philip and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Edisi 12, Jilid 1, Jakarta, Erlangga, 2008), h. 150



puas.<sup>23</sup> Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapat nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan naslabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang berkualitas bagi nasabah merupakan hal penting. Dengan adanya perbankan syariah yang telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syari'ah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Dalam teori perilaku konsumen, kepercayaan masyarakat dapat diperoleh dari sebuah perusahaan dengan menggunakan beberapa cara, diantaranya adalah dengan memberikan rangsangan pemasaran dari dalam dan luar perusahaan.<sup>24</sup>

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

1. Sifat Jujur adalah Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW: *“Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.”*(HR. Ahmad dan Thobrani)

---

<sup>23</sup> Buchory, Herry Ahmad dan Djaslim Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006), h. 115

<sup>24</sup> Gerson,F.Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (PPM: Jakarta, 2004), h. 69

2. Sifat Amanah adalah Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.
3. Benar adalah Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadits mutafaqun'alaihi dari hakim bin Hazm disebutkan bahwa: *"Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu."* (HR. Hakim bin Hazm).

### **c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (nasabah)**

Menurut Tjiptono dalam Nasution, faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah :<sup>25</sup>

1. Produk, Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan nasabah.
2. Harga, Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

---

<sup>25</sup> Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2004), h. 152

3. Promosi, Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada nasabah sasaran.
4. Lokasi, Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan nasabah.
5. Pelayanan Karyawan, Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan nasabah.
6. Fasilitas. Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancara operasional perusahaan yang berhubungan dengan nasabah.
7. Suasana. Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka nasabah mendapatkan kepuasan tersendiri.

Lopiyoadi dan Hamdani dalam menentukan kepuasan konsumen/nasabah. Ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.<sup>26</sup>

Al Arif menjelaskan bahwa kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Apakah keinginan yang diterimanya lebih besar daripada keinginannya, maka nasabah puas, sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk/jasa tersebut lebih kecil daripada apa yang diharapkannya maka nasabah tidak puas.

Kepuasan pelanggan (nasabah) menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* melebihi *expectations* maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh di bawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Seorang pelanggan/nasabah yang puas adalah pelanggan atau nasabah yang merasa mendapatkan *value* (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan/nasabah mendapatkan produk atau layanan yang berkualitas

#### **d. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam**

Mengenai kualitas pelayanan yang telah dijelaskan sebelumnya terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dimana merupakan indikator

---

<sup>26</sup> Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 201

di dalam penelitian ini. Dimensi tersebut yaitu; Dimensi keandalan yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan penyedia layanan jasa dalam hal ini adalah PT Bank Mandiri Persero cabang Pinrang. Selain itu, dalam konteks ini, Allah, S.W.T juga menghendaki setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam al-Qur'an surat an-Nahl ayat 91 sebagai berikut :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ  
اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

*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 sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.*<sup>27</sup>

Dimensi daya tanggap berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan

---

<sup>27</sup> Soenarjo, R.H.A, *Al Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta : LP. Raja Fahd , 1971)

oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan nasabah merupakan suatu amanat.

Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Untuk itu kepercayaan nasabah sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana dinyatakan dalam surat al Ma-idah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ  
مُحَلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

*Artinya :“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.*<sup>28</sup>

Dimensi jaminan berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap nasabah. Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelemahlembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi nasabah terhadap penyedia jasa. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko, sehingga membuat nasabah merasakan kepuasan dan menjadi loyal terhadap lembaga penyedia layanan.

Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan seberapa besar keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan. Oleh itu, di dalam memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemahlembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi nasabah dan yang berdampak pada

---

<sup>28</sup> Soenarjo, R.H.A, *Al Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta : LP. Raja Fahd , 1971)

kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini, al-Qur'an surat Ali Imran ayat 159 menyatakan bahwa:<sup>29</sup>

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah maaf bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.*

#### **e. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:<sup>30</sup>

1. Sistem keluhan dan saran Setiap organisasi yang berorientasi pada para pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang tempatnya mudah dijangkau pelanggan atau komentar yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos pada perusahaan.informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

---

<sup>29</sup> Soenarjo, R.H.A, *Al Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta : LP. Raja Fahd , 1971)

<sup>30</sup> Philip Khotler,dkk, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indonesia, 1996), h. 46

2. *Ghost shopping* adalah Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya dalam melayani permintaan pelanggan., menjawab pertanyaan pendapat dan menangani setiap keluhan.
3. Analisis pelanggan yang hilang adalah perusahaan menghubungi para pelanggan telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.
4. Survei kepuasan pelanggan adalah Perusahaan-perusahaan yang bertanggung jawab mengukur secara langsung kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei yang teratur. Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survey kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :
  - a) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Bank Indonesia pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, sangat puas”
  - b) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
  - c) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.



d) Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen. Dalam konteks perbankan, metode pengukuran kepuasan nasabah yang dilakukan Bank Syariah Mandiri menggunakan cara teknik survei nasabah dengan cara memberikan pertanyaan melalui pemberian angket dan metode yang kedua yaitu teknik sistem keluhan dan saran, metode ini dilakukan dengan cara menyediakan kertas yang diletakkan di kotak kritik dan saran untuk mempermudah nasabah yang mengalami masalah-masalah yang timbul.

#### **f. Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah**

Kualitas pelayanan memiliki “pengaruh atau hubungan yang erat dengan kepuasan nasabah. pelayanan menjadi faktor utama seorang nasabah menjalin hubungan yang erat”. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk kepentingan orang lain, dan bukan sekedar bermaksud untuk melayani namun untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Dalam mengembangkan suatu usaha, pelayanan merupakan suatu kebutuhan yang seharusnya selalu dijaga dan ditingkatkan. Kepuasan nasabah menunjukkan adanya kondisi dari durasi waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan permintaan layanan jasa terjadi tidak kurang dari dua kali.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting ditengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan menimbulkan suatu kepuasan kepada nasabah hal itu akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang perusahaan. Dengan adanya kepuasan nasabah, akan membahwa suatu usaha barang atau jasa yang telah berdiri tersebut akan dapat mempertahankan nasabah yang datang melakukan pembelian atau melakukan transaksi di perusahaan tersebut. Oliver dalam Ishak dan Suprayogi menyatakan “kepausan merupakan suatu rasa yang hadir dalam diri seseorang sehingga membuat serta mendorong

terjadinya pembelian ulang”.<sup>31</sup> Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## B. Kajian Terdahulu

**Tabel 2.1 Penelitian yang relevan**

No	Nama Peneliti	Judul	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Melina Pujiani (2018)	Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> di Sulawesi selatan.	Penelitian Kualitatif	Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa masyarakat Sulawesi kurang berminat untuk layanan <i>mobile banking</i> dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap layanan <i>mobile banking</i> tersebut. dengan adanya penelitian ini maka membantu masyarakat Sulawesi untuk mengetahui kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan <i>mobile banking</i> . Analisis ini berpengaruh positif
2	Yuliana	Pengaruh Layanan	Penelitian	Dari hasil penelitian yang

<sup>31</sup>Abdulhak, Ishak dan Ugi Suprayogi, *Penelitian Tindakan dalam pendidikan nonformal*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 72

	Angraeni (2016)	ATM ( <i>Automatic Teller Machine</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kota Semarang	Kuantitatif	dilakukan dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan Kemudahan transaksi dengan menggunakan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3	Aditya Wardhana (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Britama Di Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Cabang Pubalingga.	Penelitian Kuantitatif	Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Diantara variabel-variabel X hanya terdapat satu variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Britama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Maka

				nasabah Britama belum puas terhadap pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Purbalingga. Dikarnakan
4	Dewi Berlian Harahap (2017)	Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Aksara	Penelitian Kuantitatif	Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan kemudahan transaksi dengan menggunakan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
5	Kusuman ingrum (2018)	Pengaruh Kualitas Jasa “Mobile Banking” terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) TBK Cabang Makasar.	Penelitian kuantitatif	Dari hasil peneliatian tersebut memberikan pengaruh positif signifikan dimana jika terjadi kenaikan pada kualitas jasa mobile banking, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

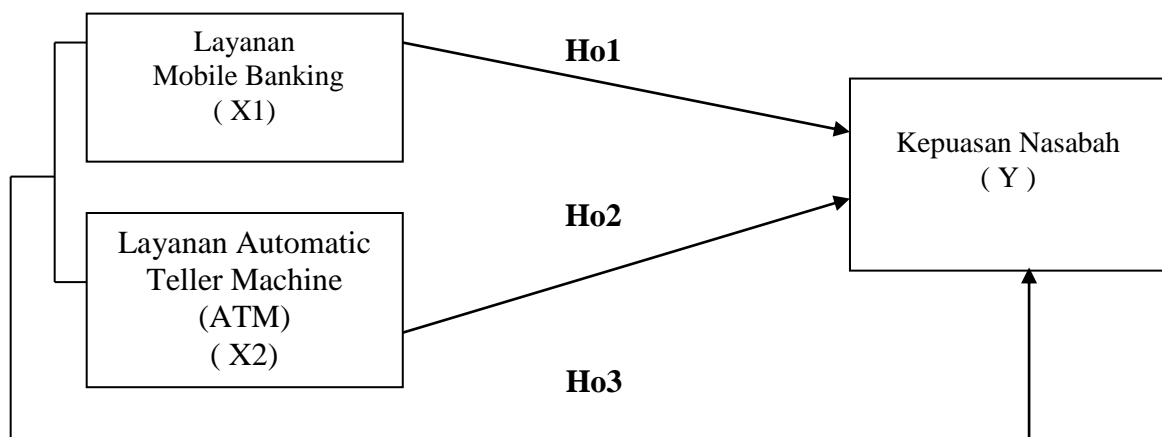
Penelitian saya yaitu Pengaruh Layanan *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri di MIN 12 Medan”. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah dengan cara kemudahan dalam bertransaksi di bank.
2. Untuk mengetahui pengaruh Layanan *Automatic Teller Machine (ATM)* terhadap kepuasan nasabah dengan cara kemudahan dalam bertransaksi di bank.

Adapun perbedaan antara penelitian saya dengan penelitian terdahulu yaitu, saya meneliti pengaruh Layanan *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* terhadap kepuasan nasabah bank, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti pelayanan teknologi informasi terhadap kepuasan nasabah tidak meneliti kualitas pelayanan.

### C. Kerangka Teoritis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai pengaruh antara variabel independen (*Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine/ATM*) dengan variabel dependen (Kepuasan Nasabah) di atas, maka kerangka teoritis penelitian ini adalah sebagai berikut:



Dari kerangka berfikir diatas, dapat dilihat bahwa variabel (X1) *mobile banking*, dan (X2) *automatic teller machine* (ATM) memiliki keterkaitan secara parsial dengan variabel (Y) kepuasan nasabah

1. *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

*Mobile banking* merupakan fasilitas layanan bank yang dilakukan via SMS. Fitur layanan yang bervariasi dan juga kemudahan dalam pengoperasiannya diharapkan nasabah akan merasa puas dengan memanfaatkan layanan *mobile banking*

2. *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

ATM merupakan saluran e-banking yang paling populer di kalangan masyarakat. Dengan perkembangan fitur layanan pada ATM saat ini diharapkan nasabah merasakan puas ketika melakukan transaksi. Melihat dulunya ATM hanya dapat digunakan untuk mengetahui informasi saldo dan penarikan uang tunai, sekarang fungsi ATM semakin bertambah tentunya dengan variasi fitur seperti layaknya bertransaksi di bank.

3. *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

*Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) merupakan fasilitas layanan bank yang berguna untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi terhadap bank dan diharapkan nasabah merasa puas terhadap layanan bank.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang biasanya disusun dalam kalimat pertanyaan. Berdasarkan latar belakang masalah, landasan teori dan penelitian sebelumnya maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

Ho1 : tidak terdapat pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah.

- Ha1 : terdapat pengaruh *Mobile Banking* terhadap kepuasan nasabah
- Ho2 : tidak terdapat pengaruh *Automatic Teller Machine (ATM)* terhadap kepuasan nasabah.
- Ha2 : terdapat pengaruh *Automatic Teller Machine (ATM)* terhadap kepuasan nasabah
- Ho3 : tidak terdapat pengaruh *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* terhadap kepuasan nasabah.
- Ha3 : terdapat pengaruh *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)* terhadap kepuasan nasabah

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>32</sup>

Jenis penelitian ini adalah bersifat kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya. dan berusaha mengukur pengaruh antar variabel, yakni berusaha mengukur pengaruh Layanan Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM) Bank Syariah Mandiri terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian yang dipilih penulis sebagai tempat meneliti adalah MIN 12 Medan yang beralamat di Jln. Pertiwi No. 96 Kec. Medan Tembung. Lokasi ini dipilih karena semua guru dan pegawai di madrasah tersebut adalah nasabah dari Bank Syariah Mandiri. Sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan nasabah yang berkumpul di satu lokasi. Adapun waktu penelitian ini akan dilakukan pada tanggal 2 Januari 2020 dan direncanakan selesai pada bulan Maret 2020.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut Sugiono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (MixedMethods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 11



ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>33</sup> Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang terdaftar sebagai pengguna *Mobile Banking*, dan *Automatic Teller Machine (ATM)* Bank Syariah Mandiri di MIN 12 Medan Jln. Pertiwi No. 96 Kec. Medan Tembung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh guru dan pegawai di MIN 12 kota Medan yang berjumlah 56 orang. Tujuan ditetapkannya populasi adalah untuk menghindari kesalahan generalisasi kesimpulan.

Adapun alasan penulis menjadikan guru dan pegawai di MIN 12 Kota Medan ini menjadi populasi dan sampel pada penelitian ini adalah karena semua guru dan pegawai di MIN 12 ini menerima gaji dan tunjangan guru lainnya yang disetorkan ke rekening masing-masing guru dan pegawai. Jadi semua guru dan pegawai di MIN 12 Kota Medan ini memiliki rekening di Bank Syariah Mandiri.

## 2. Sample

Sampel adalah bagian dari suatu objek atau subjek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi biasa, tidak dapat dipercaya dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel terdiri dari dua macam, probability dan nonprobability. Probability adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota populasi. Sedangkan nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan *simple jenuh*. Alasan menggunakan *simple jenuh* karena teknik ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dijadikan sampel.

---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,...h.199

Menurut Sugiyono apabila jumlah populasi kurang dari 100, maka seluruh populasi dijadikan sample penelitian (jumlah sample sama dengan jumlah populasi). Dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM)* Bank Syariah Mandiri di MIN 12 Medan Jln. Pertiwi No. 96 Kec. Medan Tembung yang berjumlah 56 orang. Maka 56 orang tersebut akan menjadi sample dalam penelitian ini. Dimana setiap unit sampel (responden) dalam penelitian ini dipastikan hanya mempunyai satu kali kesempatan untuk mengisi kuesioner. Hal ini untuk menghindari terjadinya kesalahan akibat pengulangan dalam pengambilan data.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Data berdasarkan sumber perolehannya, dikelompokkan dalam dua bagian:

##### **1. Data primer**

Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Misalnya seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuosioner.

##### **2. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya.<sup>34</sup>

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer. Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan

---

<sup>34</sup> Azuar Juliandi, Irfan, Saprina Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*, (Medan: UMSU Press, 2014), h. 64

cara menyebarkan kuosioner kepada nasabah PT. Bank Syariah Mandiri pada guru-guru MIN 12 Medan

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data penelitian adalah alat yang digunakan untuk menangkap data penelitian dan menggali variabel yang diteliti. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, maka untuk menjawab permasalahan yang ada, peneliti menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data.

Adapun metode yang ditempuh dalam mengumpulkan data tersebut adalah sebagai berikut:

### **1. Kuosioner**

Kuosioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>35</sup> Metode yang digunakan adalah dengan kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup yaitu pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda.<sup>36</sup> Kuosioner akan disebarkan oleh peneliti ke nasabah Bank Syariah Mandiri di MIN 12 Medan Jln. Pertiwi No. 96 Kec. Medan Tembung sebagai sampel untuk dijawab selama beberapa waktu tertentu, kemudian dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk nantinya diukur dengan Skala Likert.

### **2. Teknik Dokumentasi**

Teknik Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, atau data yang relevan pada penelitian.<sup>37</sup> Teknik dokumentasi diperlukan untuk mencari data tentang data jumlah nasabah,

---

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...*,h.193

<sup>36</sup> Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta : Bumi Aksara, 2012), h. 153

<sup>37</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Suatu Pendekatan Praktik...*,h.231

sejarah pendirian Bank Syariah Mandiri dan lain sebagainya yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini akan digunakan skala pengukuran. Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada yang digunakan dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, skala penilaian yang digunakan adalah:<sup>38</sup>

**Tabel 3.1**  
**Skala Penilaian *Likert***

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (ST)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Skala ini digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial yang diperoleh melalui jawaban secara bertingkat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan terhadap sampel. Langkah-langkah dalam menyusun skala *Likert's* adalah:

- a. Menetapkan variabel yang akan diteliti.
- b. Menentukan indikator-indikator dari variabel yang diteliti.
- c. Menurunkan indikator tersebut menjadi daftar pertanyaan (kuesioner).

---

<sup>38</sup> *Ibid*, h. 136

## **F. Definisi Operasional**

1. *Variabel Dependent*, adalah variabel terikat yang memberikan reaksi atau respons jika dihubungkan dengan variabel bebas. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *variabel dependent* adalah kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri (Y).

Kepuasan nasabah merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan dapat dilihat dari kesesuaian harapan, minat untuk bertransaksi, serta kesediaan untuk merekomendasikan.

2. *Variabel Independent*, adalah variabel bebas yang mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *variabel independent* adalah *Mobile Banking* (X1) dan *Automatic Teller Machine (ATM)* (X2).

Sesudah itu barulah dipaparkan prosedur pengembangan instrument pengumpulan atau pemilihan alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian. Dengan cara ini akan terlihat apakah instrument-instrumen yang digunakan sesuai dengan variabel yang diukur, paling tidak ditinjau dari segi isinya. Instrumen penelitian yang digunakan harus teruji validitas dan reliabilitasnya. Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberi definisi operasionalnya, dan selanjutnya ditentukan indikator yang diukur. Dari indikator itu kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Butir-butir pernyataan tersebut dituangkan kedalam angket/kuosioner.

Untuk memberikan batasan penelitian ini dan untuk memberikan kemudahan dalam menafsirkan variabel-variabel yang digunakan, maka diperlukan penjabaran operasional variabel, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
**Defenisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel**

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	<i>Mobile Banking</i> (X2)	layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/ <i>handphone</i> GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, missal Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya.	ii. iii. a. Kemudahan b. Resiko c. Kepercayaan	Likert
2	<i>Automatic Teller Machine/ATM</i> (X3)	Anjungan Tunai Mandiri, yaitu sebuah alat elektronik yang mengizinkan nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang teller atau kasir	a. Kemudahan b. Resiko c. Kepercayaan	Likert
3	Kepuasan nasabah (Y)	Tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya	a. Kesesuaian harapan b. minat untuk bertransaksi c. kesediaan untuk merekomendasikan	Likert

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Adapun jenis uji yang digunakan dalam teknik analisis statistik ini adalah uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis.

### 1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti mean, standar deviasi, varian, modus dll. Dalam program SPSS digunakan juga ukuran skewness dan kurtosis untuk menggambarkan distribusi data apakah normal atau tidak, selain ada beberapa pengujian untuk mengetahui normalitas data dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan *Shapiro-Wilk*. Dalam pembahasan ini hanya akan dilakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran data tentang jumlah data, minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi.

Untuk menganalisis secara deskriptif kualitas dari setiap variabel penelitian, maka digunakan teknik statistik deskriptif, maka digunakan rumus berikut :

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

t = nilai t yang dihitung, selanjutnya disebut t hitung

$\bar{x}$  = rata-rata sampel.

$\mu$  = nilai yang dihipotesiskan.

s = simpangan baku.

n = jumlah anggota sampel.

## 2. Uji Kualitas Data

### 1. Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument.<sup>39</sup> Pengujian dilakukan dengan mengkolerasikan skor butir dengan skor total menggunakan rumus kolerasi *product moment*. Dianggap valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , apabila sebaliknya maka instrument tersebut tidak valid.<sup>40</sup>

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

N = Jumlah subjek atau responden

X = skor butir

Y = skor total

### 2. Reabilitas

Uji reabilitas untuk mengetahui konsistensi alat ukur ( kuesioner ), apakah pengukur yang digunakan dapat diadalkan dan tetap konsisten jika pengukur tersebut diulang. Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari *Cronbach Alpha*. Kuesioner handal (*reliabel*) apabila memiliki kehandalan atau *alpha*. Sebesar 0,6 atau lebih. Selain *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reabilitasnya.<sup>41</sup>

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r11 = reabilitas yang dicari

---

<sup>39</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Administrasi*, h. 137

<sup>40</sup> Azwar Saifuddin, *Metode Penelitian*, h. 282

<sup>41</sup> Soehartono Irawan, *Metodelogi Penelitian Sosial*. h. 86



n = jumlah kuesioner

$\sum \sigma_t^2$  = jumlah varians skor tiap – tiap item

$\sigma_t^2$  = varians total

Untuk mencari varians butir dengan rumus :

$$\sigma^2 = \frac{\sum(x)^2 - \frac{\sum(x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

$\sigma$  = Variabel tiap butir

X = Jumlah skor butir

N = Jumlah responden

Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrumen dengan mengkonsultasikan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dinyatakan reliabel dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Tujuannya menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel indeviden dan variabel devenden mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal ayau yang mendekati normal. Kriteria pengambilan keputusan yaitu jika signifikansi  $> 0,05$  maka data distribusi normal dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka data berdistribusi tidak normal.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Agus Eko Sugianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16,0* ,( Jakarta : PT. Prestasi Pustaka, 2009 ), h. 77

### c. Uji Multikolinearilitas

Model regresi berganda dapat disebut model yang baik jika memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi klasik. Multikolinearilitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dan adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model.<sup>43</sup>

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearilitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya multikolinearilitas. Dalam kebanyakan penelitian jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearilitas.

### d. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dan residual pada model regresi. Heterokedastisitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dengan melihat pola pada titik *scatterplots* regresi. Jika titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.<sup>44</sup>

### e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian ini menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

---

<sup>43</sup> *Ibid*, h. 79

<sup>44</sup> Priyatna Duwi, *Analisis Korelasi, regresi dan Multivariate dengan SPSS*, ( Yogyakarta : Gava Media, 2013, h. 60

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau antara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

#### 4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel mobile banking ( $X_1$ ), Automatic Teller Machine (ATM) ( $X_2$ ), terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ).

Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

$Y$  = Kepuasan Nasabah

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1$  = koefisien regresi dari variabel  $X_1$  (mobile banking)

$X_1$  = mobile banking

$\beta_2$  = koefisien regresi dari variabel  $X_2$  (Automatic Teller Machine (ATM))

$X_2$  = Automatic Teller Machine (ATM)

$e$  = standar error

#### 5. Uji Hipotesis

##### a) Uji Parsial ( Uji t )

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis yakni untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari internet banking ( $X_1$ ), mobile banking ( $X_2$ ), Automatic Teller Machine (ATM) ( $X_3$ ), secara parsial terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah ( $Y$ ).

Adapun persamaan uji parsial ( uji t ) adalah :

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

N = Jumlah responden

r = Nilai korelasi atau hubungan

r<sup>2</sup>= koefisien determinasi ( R square )

Selanjutnya akan dibandingkan dengan t<sub>tabel</sub> apabila t<sub>hitung</sub> < t<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, berarti tidak ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel independen. Namun, apabila t<sub>hitung</sub> > t<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, berarti ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

#### **b) Uji F**

Sedangkan Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu mobile banking ( X<sub>1</sub>), Automatic Teller Machine (ATM) (X<sub>2</sub>), secara serentak terhadap variabel dependen kepuasan nasabah ( Y ).

#### **c) Uji Koefisien Determinasi ( djust R<sup>2</sup>)**

Analisis ini untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh variabel mobile banking (X<sub>1</sub>) Automatic Teller Machine (ATM) ( X<sub>2</sub>), terhadap kepuasan nasabah (Y). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y. Jika nilai R<sup>2</sup> sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya R<sup>2</sup> sama dengan 1, maka pengaruh yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependent adalah sempurna.

## **BAB IV**

### **TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum MIN 12 Kota Medan**

##### **1. Sejarah MIN 12 Medan**

MIN 12 Kota Medan pada awalnya bernama MIN Medan tembung yang berakreditasi A dan berdiri pada tanggal 1 Januari 1995. MIN 12 Kota Medan mempunyai luas tanah 3455 meter yang beralamat Jl. Pertiwi Ujung No. 96 Medan Kelurahan Bantan, Kecamatan Medan Tembung.

Pada tahun 2015 MIN 12 Kota Medan mendapat penghargaan Adiwiyata tingkat Kota Medan, pada tahun 2016 mendapat penghargaan Adiwiyata tingkat Provinsi dan pada tahun 2018 mendapat penghargaan Adiwiyata tingkat Nasional. Berikut ini profil dari MIN 12 kota Medan

- a. Nama Sekolah : MIN 12 Kota Medan
- b. Alamat Sekolah
  - Jalan : Jl. Pertiwi Ujung No. 96 Medan
  - Kelurahan : Bantan
  - Kecamatan : Medan Tembung
  - Kode Pos : 20224
- c. Status Sekolah : Negeri
- d. N S M / NPSN : 111112710012 / 60728821
- e. Tipe Sekolah : Akreditasi A
- f. Tahun Didirikan : 1 Januari 1995
- g. Tahun Beroperasi : 1 Januari 1995 s/d Sekarang
- h. Status Tanah : Milik Kementerian Agama
- i. Luas Tanah : 3455 meter
- j. Status Kepemilikan Gedung : Milik MIN 12 Kota Medan
- k. Status Adiwiyata : Tingkat Kota Medan Tahun 2015  
Tingkat Provinsi Tahun 2016  
Tingkat Nasional Tahun 2018

## **2. Visi dan Misi MIN 12 Kota Medan**

### **a. Visi**

Mewujudkan siswa yang berakhlakul karimah, cerdas, mandiri, kreatif, disiplin, hafal Al-Quran dan Berwawasan Lingkungan.

### **b. Misi**

- 1) Melaksanakan pembelajaran sesuai dengan standar nasional Pendidikan;
- 2) Melaksanakan KBM secara aktif, inovatif, kreatif dan menyenangkan;
- 3) Meningkatkan profesionalitas pendidik dan tenaga kependidikan;
- 4) Meningkatkan disiplin dan prestasi akademik siswa;
- 5) Mewujudkan dan memotivasi siswa hafiz Juz 30;
- 6) Melestarikan lingkungan hidup di Madrasah dan sekitarnya;
- 7) Menumbuhkan kepedulian terhadap kebersihan lingkungan alam sekitar;
- 8) Menciptakan lingkungan madrasah yang hijau, asri dan nyaman.

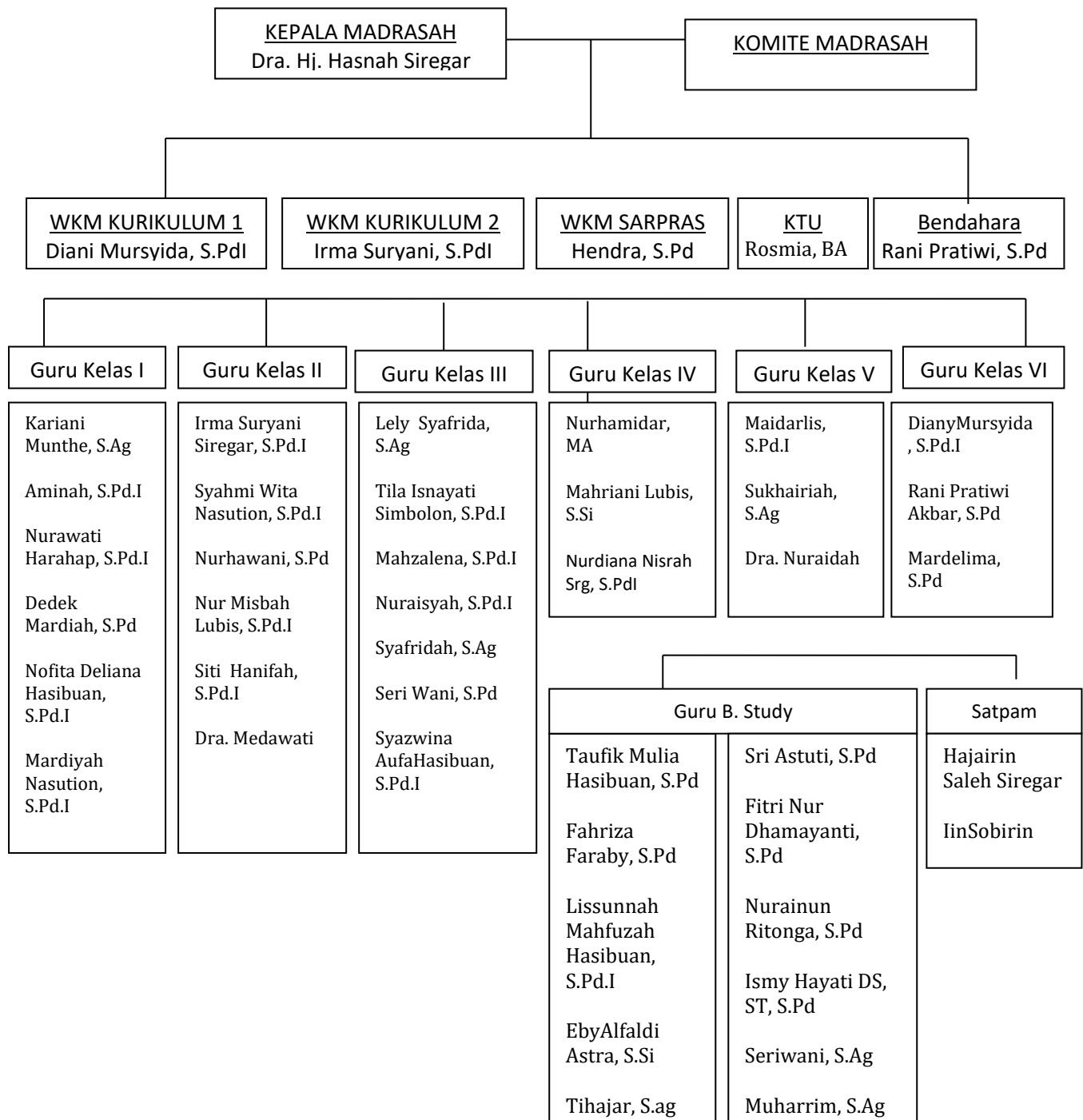
### **c. Tujuan Sekolah**

- 1) Siswa melaksanakan pembelajaran sesuai dengan standar nasional pendidikan;
- 2) Siswa dapat melaksanakan KBM secara aktif, inovatif, kreatif dan menyenangkan;
- 3) Membentuk karakter profesionalitas para pendidik dan tenaga kependidikan;
- 4) Siswa senantiasa meningkatkan disiplin untuk membentuk sikap berbudi pekerti yang luhur sehingga dapat mencapai prestasi dalam bidang akademik;
- 5) Siswa diwajibkan hafal Juz 30 sebelum tamat dari sekolah / madrasah;
- 6) Tercipta lingkungan sekolah yang asri dan lestari sebagai wujud pelestarian fungsi lingkungan, pencegahan pencemaran, dan pencegahan kerusakan lingkungan;

- 7) Mengajak dan membimbing baik siswa, guru, pegawai dan wali murid untuk lebih peduli terhadap lingkungan madrasah dan sekitar;
- 8) Mewujudkan madrasah yang peduli terhadap lingkungan.

### 3. Struktur Organisasi Sekolah

Adapun struktur organisasi sekolah dapat di buat seperti berikut ini :



#### 4. Data Guru dan Pegawai di MIN 12 Kota Medan

Tabel 4.1

Data guru dan pegawai MIN 12 Medan

NO	NAMA	NIP	GOL	JABATAN DALAM DINAS
1	Dra. Hj. Hasnah Siregar	196511181997032001	IV/a	Kepala Madrasah
2	Diany Mursyidah, S.PdI	197307161996032001	IV/a	Guru
3	Sori Hotna Siregar, S.PdI	196410241988032003	IV/a	Guru
4	Aminah, S.PdI	197409081998032001	IV/a	Guru
5	Rahmad, S.Pd	197107071992031002	IV/a	Guru
6	Muharrim Siddiq, S.PdI	196007081994031003	IV/a	Guru
7	Nurmisbah Lubis, S.PdI	196708041998032002	IV/a	Guru
8	Dra. Nuraidah	196612052000032002	IV/a	Guru
9	Dra. Tihajar	196403211994032001	IV/a	Guru
10	Seri Wani, S.PdI	196311221994032002	IV/a	Guru
11	Sukhairiah, S.Ag	196205171994032001	IV/a	Guru
12	Nurawati Harahap, S.PdI	196704221989032001	IV/a	Guru
13	Irma Suryani Siregar, S.Pd.I	197608291999032002	III/d	Guru
14	Rosmia, BA	196312291989032002	III/d	Staf Tata Usaha
15	Dra. Medawati	196605012005012002	III/d	Guru
16	Maidarlis, S.PdI	196812162006042003	III/d	Guru
17	Kariani Munthe, S.Ag	197109282002122002	III/d	Guru
18	Mahzalena, S.PdI	198305262009012005	III/d	Guru
19	Syahmi Wita Nst, S.PdI	197408021998032003	III/d	Guru
20	Nurhawani, S.PdI	197308201997032004	III/d	Guru
21	Syafriadah, S.Ag	196303181989032003	III/d	Guru
19	Nuraisyah, S.PdI	197201111995032001	III/c	Guru



20	Mardiyah, Nst, S.PdI	196207031991032002	III/c	Guru
21	Mahriani Lubis, S.Si	197110102009122001	III/c	Guru
22	Ridwansyah Putra Hrp, SE	197605172005011010	III/c	Guru
23	Hamkah Siregar, S.Pd.I,M.Pd.I	196809242007011017	III/c	Guru
24	Rani Pratiwi Akbar, S.Pd	198512132009012005	III/b	Guru
25	Tila Isnayati Simbolon, S.PdI	197508042007102002	III/b	Guru
26	Nurhamidar, MA	197212312005012020	III/b	Guru
27	Mujhirul Iman, M.PdI	198606142014121002	III/b	Guru
28	Muhammad Taufik, S.Pd	198410072019031008	III/a	Guru
29	Nurdiana Nisrah Siregar, S.PdI	198510292019032006	III/a	Guru
30	Nofita Deliana Hsb, S.PdI	198311112019032009	III/a	Guru
31	Lely Syafrida, S.Ag	197004182014122002	III/a	Guru
32	Lissunnah Mahfuzah, S.PdI	199212302019032023	III/a	Guru
33	Sazwina Aufa Hsb, S.Pd.I	199106152019032028	III/a	Guru
34	Siti Hanifah, S.PdI	199312082019032022	III/a	Guru
35	Taufik Mulia Hsb, S.PdI	198910172019031011	III/a	Guru
36	Dwi Wulandari, S.Pd	199601012019032018	III/a	Guru
37	Fahriza Faraby, S.Pd	199007152019031015	III/a	Guru
38	Ulfa Rosyidah, S.PdI	198912312019032020	III/a	Guru
39	Dedek Mardiah, S.PdI	198801142019032015	III/a	Guru
40	Eby Alfaldi Astra, S.Si	199111042019031011	III/a	Guru
41	Dwi Untari, S.Pd	199209172019032022	III/a	Guru
42	Sri Astuti, S.Pd	199301312019032014	III/a	Guru
43	Edi Sazali, S.PdI	198912312019031020	III/a	Guru
44	Rukiah Hsb, A.Ma	197402222000032003	II/d	Guru
45	Dalilah, A.Md	197912292014112002	II/c	Staf Tata Usaha
47	Agus Sholeh, S.Pd	-	-	Staf Tata Usaha
48	Wahyu Rahmi Isnaini, S.Ab	-	-	Staf Tata Usaha
49	Dirhamsyah Nst, S.Kom	-	-	Staf Tata Usaha

50	Fitri Nur Dhamayanti, S.PdI	-	-	Guru
51	Siti Aisah, S.PdI	-	-	Guru
52	Hendra, S.Pd	-	-	Guru
53	Lailatul Husna, S.PdI	-	-	Guru
54	Mardelima, S.Pd	-	-	Guru
55	Nurainun Ritonga, S.Pd	-	-	Guru
56	Ismi Hayati DS, ST, S.Pd	-	-	Guru

## B. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 15 pernyataan untuk variabel Y, 15 pernyataan untuk variabel X1 dan 15 pernyataan untuk variabel X2, dimana yang menjadi variabel Y adalah kepuasan nasabah, variabel X1 adalah layanan *Mobile Banking* dan variabel X2 adalah layanan *Automatic Teller Machine (ATM)*. Angket ini di berikan kepada 56 orang nasabah sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *likert summated rating (LSR)*. Angket yang disebarakan ini berupa kuesioner yang dibuat dalam bentuk di *google form* yang dapat dikerjakan oleh responden pada link <http://bit.ly/kuesionerabdullahsiregar>.

Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden untuk dapat dijadikan masukan dalam menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Berikut ini adalah data masing – masing responden.

#### a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Nasabah

**Tabel 4.2**

#### **Identitas Responden Menurut Jenis Nasabah**

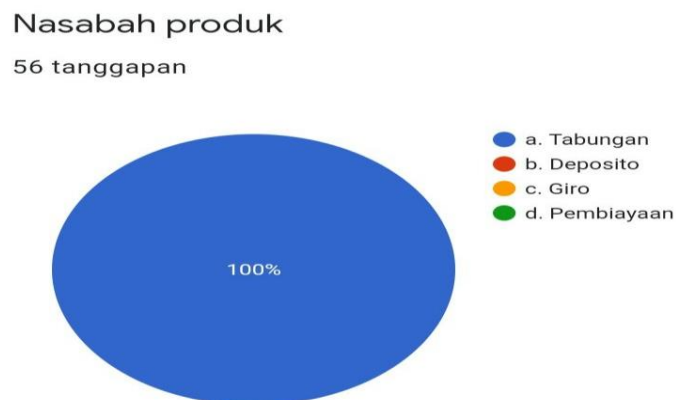
No	Jenis Nasabah	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tabungan	56	100

2	Giro	0	0
3	Deposito	0	0
4	Pembiayaan	0	0
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, diketahui bahwa semua nasabah di MIN 12 Kota Medan adalah menggunakan jenis tabungan yaitu berjumlah 56 orang dengan persentase 100%. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.1**

**Persentase responden berdasarkan jenis produk**



b) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.3**

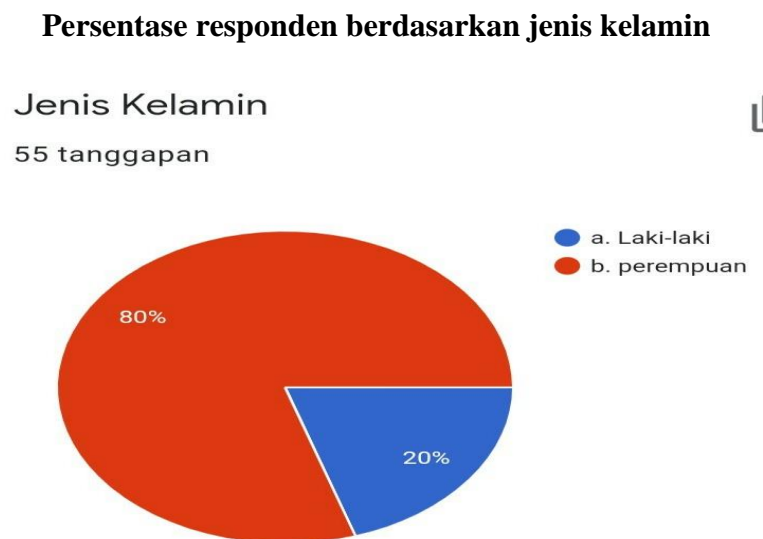
**Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1	Laki-laki	11	20
2	Perempuan	45	80
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden penelitian ini adalah 11 orang atau sebesar 20% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 45 orang atau sama dengan 80%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.2**



c) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.4**

**Identitas Responden Menurut Usia**

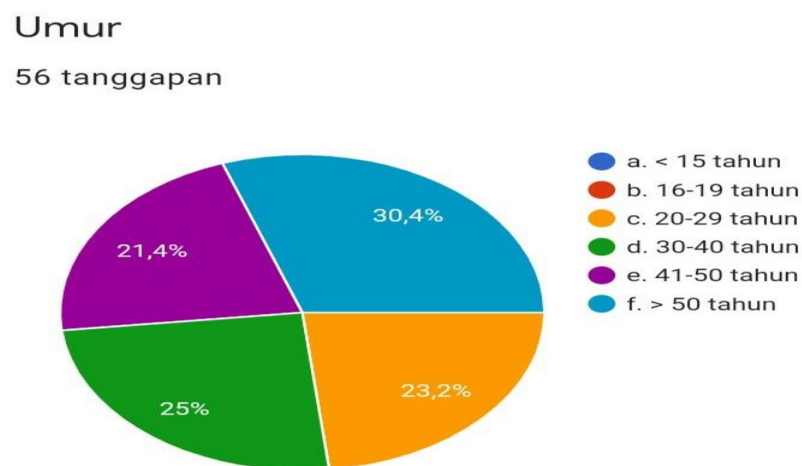
No	Usia	Frekuensi	Persentase %
1	20-29 tahun	13	23,2
2	30 - 40 tahun	14	25
3	41-50 tahun	12	21,4
4	> 50 tahun	17	30,4
Total		56	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel 4.3 dapat di lihat bahwa usia dari responden terbesar adalah yang berusia > 50 tahun, yaitu sebanyak 17 orang atau sama dengan 30,4 %. Sedangkan yang terkecil adalah yang berusia 41-50 tahun, yaitu 12 orang atau sama dengan 21,4 % dari total responden. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.3**

**Persentase responden berdasarkan usia**



d) Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.5**

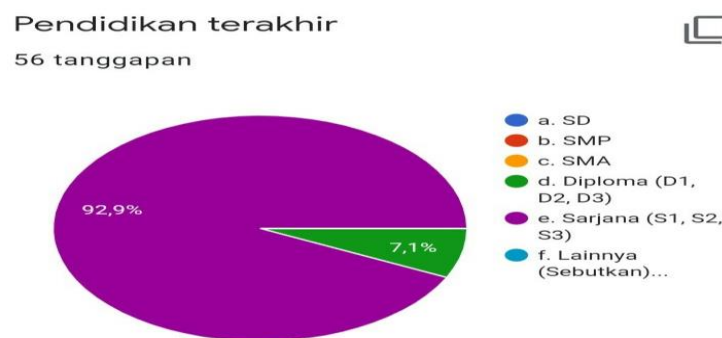
**Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	0	0
2	SMP	0	0
3	SMA	0	0
4	DIPLOMA ( D1, D2, D3, D4 )	4	7.1
5	SARJANA ( S1, S2, S3 )	52	92.9
Total		56	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel 4.4 diperoleh banyaknya responden berdasarkan pendidikan terakhir responden yaitu mayoritas responden adalah berpendidikan sarjana yaitu sebanyak 52 orang atau sebesar 92,9 % dan sisanya adalah diploma sebanyak 4 orang atau sebesar 7,1 %. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.4**  
**Persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan**



e) Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

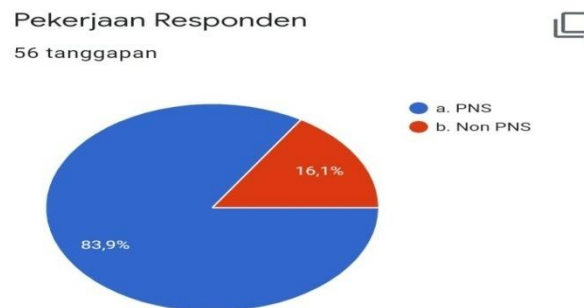
**Tabel 4.6**  
**Identitas Responden Menurut Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
1	PNS	47	83,9
2	NON PNS	9	16,1
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 4.5 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan pekerjaannya dari hasil penelitian yaitu, mayoritas sebanyak 47 orang sebagai PNS atau sebesar 83,9 % dan sisanya adalah 9 orang sebagai NON PNS atau sebesar 16,1 %. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.5**  
**Persentase responden berdasarkan jenis pekerjaan**



f) Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

**Tabel 4.7**  
**Identitas Responden Menurut Pendapatan**

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase %
1	Dibawah Rp 1.000.000	5	8,9
2	Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	20	35,7
3	Rp 3.000.000 – Rp. 5.000.000	12	21,4
4	Diatas Rp 5.000.000	19	33,9
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

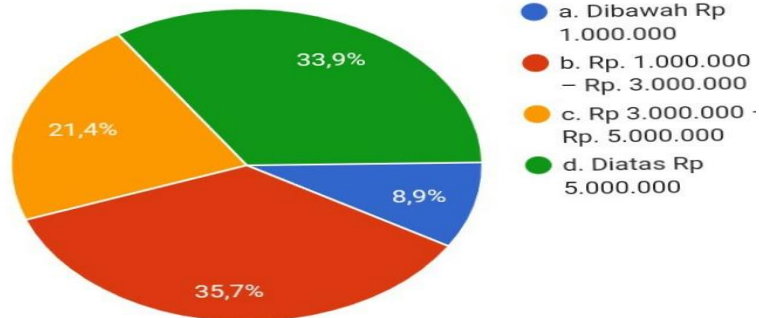
Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Tabel 4.6 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan pendapatannya adalah dibawah Rp 1.000.000, sebanyak 5 orang atau 8,9 %. Berpenghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 20 orang atau 35,7 %. Berpenghasilan Rp 3.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 12 orang atau 21,4 %. Berpenghasilan Diatas Rp 5.000.000 sebanyak 19 orang atau 33,9 %. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.6**

**Persentase responden berdasarkan pendapatan**

Pendapatan total keluarga/ bulan :  
56 tanggapan



**2. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian**

Variabel – variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu layanan *mobile banking* ( X1 ), layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) ( X2), dan Kepuasan Nasabah ( Y ). Berikut ini penulis sajikan hasil angket yang telah disebarkan, yaitu :

**a) Variabel layanan *mobile banking* ( X1)**

Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel layanan *mobile banking* yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 4.8**

**Skor Angket Untuk Variabel Layanan *Mobile Banking* (X1)**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	35.71	27	48.21	7	12.50	2	3.57	0	0	56	100



2	25	44.64	24	42.86	5	8.93	2	3.57	0	0	56	100
3	22	39.29	25	44.64	7	12.50	2	3.57	0	0	56	100
4	19	33.93	23	41.07	14	25.00	0	0	0	0	56	100
5	22	39.29	24	42.86	9	16.07	1	1.79	0	0	56	100
6	26	46.43	25	44.64	4	7.14	1	1.79	0	0	56	100
7	23	41.07	26	46.43	6	10.71	1	1.79	0	0	56	100
8	18	32.14	28	50.00	9	16.07	1	1.79	0	0	56	100
9	25	44.64	17	30.36	11	19.64	3	5.36	0	0	56	100
10	25	44.64	25	44.64	6	10.71	0	0	0	0	56	100
11	22	39.29	26	46.43	7	12.50	1	1.79	0	0	56	100
12	22	39.29	26	46.43	5	8.93	3	5.36	0	0	56	100
13	26	46.43	23	41.07	6	10.71	1	1.79	0	0	56	100
14	22	39.29	30	53.57	2	3.57	2	3.57	0	0	56	100
15	22	39.29	25	44.64	8	14.29	1	1.79	0	0	56	100

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

- 1) Butir pernyataan 1, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (35,71%), setuju sebanyak 27 orang (48,21%), kurang setuju sebanyak 7 orang (12,50%), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 2) Butir pernyataan 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (44,64%), setuju sebanyak 24 orang (42,86%), kurang setuju sebanyak 5 orang (8,93%) dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 3) Butir pernyataan 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,29%), setuju sebanyak 25 orang (44,64%), kurang setuju sebanyak 7 orang (12,50%), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) dan tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

- 4) Butir pernyataan 4, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (33,93%), setuju sebanyak 23 orang (41,07%), kurang setuju sebanyak 14 orang (25,00%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 5) Butir pernyataan 5, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,29%), setuju sebanyak 24 orang (42,89%), kurang setuju sebanyak 9 orang (16,07%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 6) Butir pernyataan 6, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (46,43%), setuju sebanyak 25 orang (46,64%), kurang setuju sebanyak 4 orang (7,14%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 7) Butir pernyataan 7, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang (41,07%), setuju sebanyak 26 orang (46,43%), kurang setuju sebanyak 6 orang (10,71%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 8) Butir pernyataan 8, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang (32,14%), setuju sebanyak 28 orang (50,00%), kurang setuju sebanyak 9 orang (16,07%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 9) Butir pernyataan 9, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (44,64%), setuju sebanyak 17 orang (30,36%), kurang setuju sebanyak 11 orang (19,64%), dan tidak setuju sebanyak 3 orang ( 5,36 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 10) Butir pernyataan 10, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang (44,64%), setuju sebanyak 25 orang (44,64%), kurang setuju sebanyak 6 orang (10,71%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 11) Butir pernyataan 11, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,29%), setuju sebanyak 26 orang (46,43%), kurang setuju sebanyak

7 orang (12,50%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

12) Butir pernyataan 12, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,39%), setuju sebanyak 26 orang (46,43%), kurang setuju sebanyak 5 orang (8,93%), dan tidak setuju sebanyak 3 orang ( 5,36% ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

13) Butir pernyataan 13, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (46,43%), setuju sebanyak 23 orang (41,07%), kurang setuju sebanyak 6 orang (10,71%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

14) Butir pernyataan 14, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,29%), setuju sebanyak 30 orang (53,57%), kurang setuju sebanyak 2 orang (3,57%), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

15) Butir pernyataan 15, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,29%), setuju sebanyak 25 orang (44,64%), kurang setuju sebanyak 8 orang (14,29%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

**b) Variabel layanan *Automatic Teller Machine* ( *ATM* ) ( *X2* )**

Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel layanan *ATM* (*Automatic Teller Machine* ) yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 4.9**

**Skor Angket Untuk Variabel Layanan *ATM* (*Automatic Teller Machine*) ( *X2* )**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%

1	22	39.29	25	44.64	7	12.50	2	3.57	0	0	56	100
2	19	33.93	33	58.93	3	5.36	1	1.79	0	0	56	100
3	22	39.29	29	51.79	5	8.93	0	0	0	0	56	100
4	20	35.71	27	48.21	8	14.29	1	1.79	0	0	56	100
5	18	32.14	26	46.43	10	17.86	2	3.57	0	0	56	100
6	21	37.50	26	46.43	8	14.29	1	1.79	0	0	56	100
7	22	39.29	28	50.00	6	10.71	0	0	0	0	56	100
8	19	33.93	28	50.00	8	14.29	1	1.79	0	0	56	100
9	19	33.93	27	48.21	7	12.50	3	5.36	0	0	56	100
10	16	28.57	30	53.57	7	12.50	3	5.36	0	0	56	100
11	21	37.50	30	53.57	5	8.93	0	0	0	0	56	100
12	17	30.36	32	57.14	5	8.93	2	3.57	0	0	56	100
13	15	26.79	30	53.57	10	17.86	1	1.79	0	0	56	100
14	15	26.79	31	55.36	9	16.07	1	1.79	0	0	56	100
15	19	33.93	31	55.36	6	10.71	0	0	0	0	56	100

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

- 1) Butir pernyataan 1, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,29%), setuju sebanyak 25 orang (44,64%), kurang setuju sebanyak 7 orang (12,50%), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 2) Butir pernyataan 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (33,93%), setuju sebanyak 33 orang (58,93%), kurang setuju sebanyak 3 orang (5,36%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 3) Butir pernyataan 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,29%), setuju sebanyak 29 orang (51,79%), kurang setuju sebanyak 5 orang (8,93%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

- 4) Butir pernyataan 4, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang (35,71%), setuju sebanyak 27 orang (48,21%), kurang setuju sebanyak 8 orang (14,29%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 5) Butir pernyataan 5, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang (32,14%), setuju sebanyak 26 orang (46,43%), kurang setuju sebanyak 10 orang (17,86%), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 6) Butir pernyataan 6, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang (37,5%), setuju sebanyak 26 orang (46,43%), kurang setuju sebanyak 8 orang (14,29%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 7) Butir pernyataan 7, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (39,29%), setuju sebanyak 28 orang (50,00%), kurang setuju sebanyak 6 orang (10,71%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 8) Butir pernyataan 8, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (33,93%), setuju sebanyak 28 orang (50,00%), kurang setuju sebanyak 8 orang (14,29%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,79%) dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 9) Butir pernyataan 9, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (33,9%), setuju sebanyak 27 orang (48,21%), kurang setuju sebanyak 7 orang (12,50%), dan tidak setuju sebanyak 3 orang ( 5,36 % ) serta sangat tidak setuju.
- 10) Butir pernyataan 10, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 orang (28,57%), setuju sebanyak 30 orang (53,57%), kurang setuju sebanyak 7 orang (12,50%), dan tidak setuju sebanyak 3 orang ( 5,36 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.
- 11) Butir pernyataan 11, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang (37,50%), setuju sebanyak 30 orang (53,57%), kurang setuju sebanyak 5

orang (8,93%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

12) Butir pernyataan 12, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang (30,36%), setuju sebanyak 32 orang (57,14%), kurang setuju sebanyak 5 orang (8,93%), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

13) Butir pernyataan 13, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang (26,79%), setuju sebanyak 30 orang (53,57%), kurang setuju sebanyak 10 orang (17,86%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

14) Butir pernyataan 14, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang (26,79%), setuju sebanyak 31 orang (55,36%), kurang setuju sebanyak 9 orang (16,07%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

15) Butir pernyataan 15, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang (33,93%), setuju sebanyak 31 orang (55,36%), kurang setuju sebanyak 6 orang (10,71%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta tidak ada responden yang sangat tidak setuju.

c) Variabel kepuasan nasabah ( Y )

Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel kepuasan nasabah yang merupakan variabel terikat dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini :

**Tabel 4.10**

**Skor Angket Untuk Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%

1	32	57.14	22	39.29	1	1.79	1	1.79	0	0	56	100
2	28	50.00	24	42.86	3	5.36	1	1.79	0	0	56	100
3	30	53.57	25	44.64	1	1.79	0	0	0	0	56	100
4	31	55.36	24	42.86	1	1.79	0	0	0	0	56	100
5	30	53.57	24	42.86	1	1.79	1	1.79	0	0	56	100
6	29	51.79	23	41.07	2	3.57	2	3.57	0	0	56	100
7	35	62.50	20	35.71	1	1.79	0	0	0	0	56	100
8	31	55.36	20	35.71	3	5.36	2	3.57	0	0	56	100
9	31	55.36	22	39.29	3	5.36	0	0	0	0	56	100
10	26	46.43	26	46.43	3	5.36	1	1.79	0	0	56	100
11	31	55.36	21	37.50	3	5.36	1	1.79	0	0	56	100
12	33	58.93	21	37.50	2	3.57	0	0	0	0	56	100
13	29	51.79	22	39.29	3	5.36	2	3.57	0	0	56	100
14	30	53.57	25	44.64	1	1.79	0	0	0	0	56	100
15	29	51.79	22	39.29	2	3.57	3	5.36	0	0	56	100

Dari tabel di atas dapat diketahui jawaban responden dengan beberapa penjelasan pernyataan berikut ini:

- 1) Butir pernyataan 1, Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 32 orang (57,14%), setuju sebanyak 22 orang (39,29%), dan kurang setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Butir pernyataan 2, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 orang (50,0%), setuju sebanyak 24 orang (42,86%), kurang setuju sebanyak 3 orang (5,36%), dan kurang setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 3) Butir pernyataan 3, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (53,57 %), setuju sebanyak 25 orang (44,64 %), kurang setuju sebanyak 1 orang (1,79 %), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju.

- 4) Butir pernyataan 4, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (55,36 %), setuju sebanyak 24 orang (42,86 %), kurang setuju sebanyak 1 orang (1,79 %), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju.
- 5) Butir pernyataan 5, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (53,67 %), setuju sebanyak 24 orang (42,86 %), dan kurang setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 6) Butir pernyataan 6, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (51,79%), setuju sebanyak 23 orang (41,07%), kurang setuju sebanyak 2 orang (3,57%), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju.
- 7) Butir pernyataan 7, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang (62,50%), setuju sebanyak 20 orang (35,71%), kurang setuju sebanyak 1 orang (1,79%), dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju.
- 8) Butir pernyataan 8, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (55,36%), setuju sebanyak 20 orang (35,71%), dan kurang setuju sebanyak 3 orang (5,36 %), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) tidak ada responden kurang setuju serta tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 9) Butir pernyataan 9, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (31,55%), setuju sebanyak 22 orang (39,29%), dan kurang setuju sebanyak 3 orang (5,36%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 10) Butir pernyataan 10, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang (46,43%), setuju sebanyak 26 orang (46,43%), dan kurang setuju sebanyak 3 orang (5,36%), serta tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 11) Butir pernyataan 11, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (55,36%), setuju sebanyak 21 orang (37,50%), kurang setuju sebanyak 3



orang (5,36%), dan tidak setuju sebanyak 1 orang ( 1,79 % ) serta tidak ada responden sangat tidak setuju.

12) Butir pernyataan 12, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 33 orang (58,93%), setuju sebanyak 21 orang (37,50%), kurang setuju sebanyak 2 orang (3,57%), dan tidak ada responden tidak setuju dan sangat tidak setuju.

13) Butir pernyataan 13, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (51,79%), setuju sebanyak 22 orang (39,29 %), dan kurang setuju sebanyak 3 orang (5,36%), dan tidak setuju sebanyak 2 orang ( 3,57 % ) serta tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

14) Butir pernyataan 14, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (53,57%), setuju sebanyak 25 orang (44,64%), kurang setuju sebanyak 1 orang (1,79%), dan tidak ada responden tidak setuju dan sangat tidak setuju.

15) Butir pernyataan 15, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (51,79%), setuju sebanyak 22 orang (39,29%), kurang setuju sebanyak 2 orang (3,57%), dan tidak setuju sebanyak 3 orang ( 5,36 % ) tidak ada responden tidak setuju dan sangat tidak setuju

### **3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas**

#### **a). Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir angket yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu angket atau kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 25 berupa nilai item total statistik masing-masing butir angket.

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  Nilai  $r_{tabel}$  untuk uji dua arah pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ( $p=0,05$ ) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena  $N=56$ , maka derajat bebasnya adalah  $N-2= 56-2= 54$ . Nilai  $r_{tabel}$  dua arah pada  $df= 54$  dan  $p= 0,05$  adalah 0,218.

Hasil output SPSS yang di peroleh untuk uji validitas dari variabel *mobile banking* (X1) dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Medan Aksara studi kasus pada guru dan pegawai MIN 12 Kota Medan dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Variabel *mobile banking* (X1)**

<b>Nomor Butir</b>	<b><i>r</i><sub>hitung</sub></b>	<b><i>r</i><sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
1	,566	0,218	Valid
2	,696	0,218	Valid
3	,689	0,218	Valid
4	,810	0,218	Valid
5	,636	0,218	Valid
6	,622	0,218	Valid
7	,562	0,218	Valid
8	,712	0,218	Valid
9	,764	0,218	Valid
10	,675	0,218	Valid
11	,631	0,218	Valid
12	,663	0,218	Valid
13	,642	0,218	Valid
14	,614	0,218	Valid
15	,632	0,218	Valid

Tabel di atas memperlihatkan bahwa seluruh hasil butir pernyataan memiliki nilai dari  $r_{hitung}$  masing – masing pernyataan sebesar dan berada diatas  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,218, hal ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel X1 valid.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas Variabel ATM (X2)**

<b>Nomor Butir</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
1	,525	0,218	Valid
2	,346	0,218	Valid
3	,311	0,218	Valid
4	,535	0,218	Valid
5	,331	0,218	Valid
6	,389	0,218	Valid
7	,350	0,218	Valid
8	,436	0,218	Valid
9	,467	0,218	Valid
10	,768	0,218	Valid
11	,304	0,218	Valid
12	,328	0,218	Valid
13	,654	0,218	Valid
14	,333	0,218	Valid

15	,616	0,218	Valid
----	------	-------	-------

Tabel di atas memperlihatkan bahwa seluruh hasil butir pernyataan memiliki nilai dari  $r_{hitung}$  masing – masing pernyataan sebesar dan berada diatas  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,218, hal ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel X2 valid.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Nomor Butir	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	,460	0,218	Valid
2	,587	0,218	Valid
3	,511	0,218	Valid
4	,678	0,218	Valid
5	,654	0,218	Valid
6	,538	0,218	Valid
7	,550	0,218	Valid
8	,624	0,218	Valid
9	,374	0,218	Valid
10	,278	0,218	Valid
11	,675	0,218	Valid
12	,729	0,218	Valid
13	,525	0,218	Valid

14	,716	0,218	Valid
15	,639	0,218	Valid

Tabel di atas memperlihatkan bahwa seluruh hasil butir pernyataan memiliki nilai dari  $r_{hitung}$  masing – masing pernyataan sebesar dan berada diatas  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,218, hal ini dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pada variabel Y valid.

#### b). Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai dengan pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka akan diwakili oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Layanan <i>mobile banking</i>	,909	Reliabel
Layanan ATM	,809	Reliabel
Kepuasan Nasabah	,838	Reliabel

Berdasarkan table 4.14 di atas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari seluruh variabel yang diujikan nilainya di atas 0,218, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliable.

#### 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### a). Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak.

Normalitas dapat dilihat dari normal *p-plot* dan grafik histogram. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Data juga dapat dikatakan normal jika berbentuk kurva yang kemiringannya cenderung seimbang, baik kemiringan sisi kiri maupun kanan, dan bentuk kurva hampir menyerupai lonceng yang sempurna.

**Tabel 4. 15**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

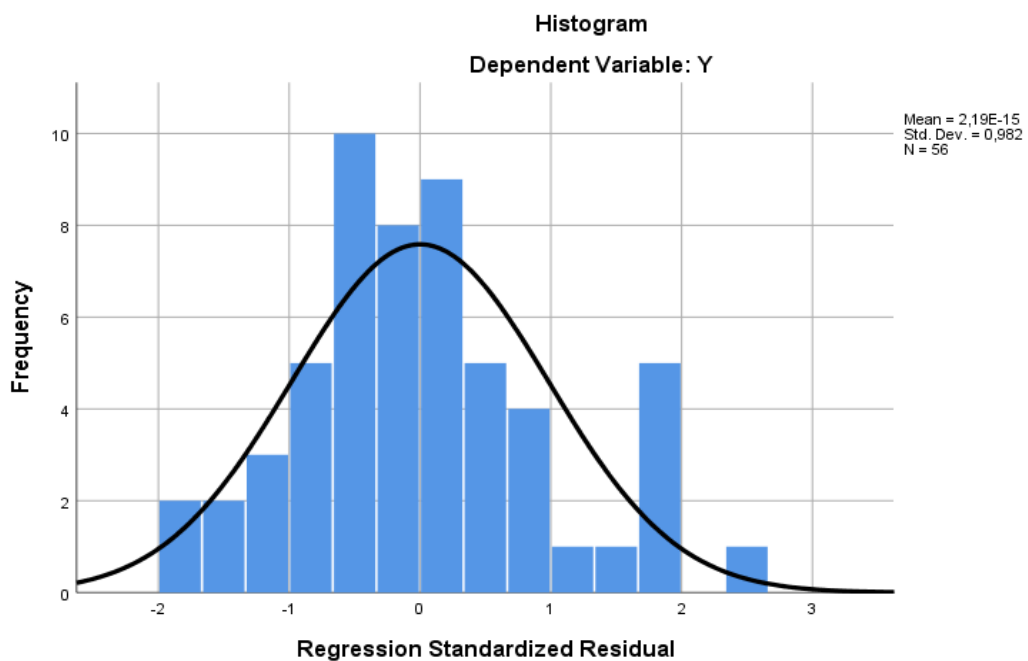
		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,03160700
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,066
Test Statistic		,181
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

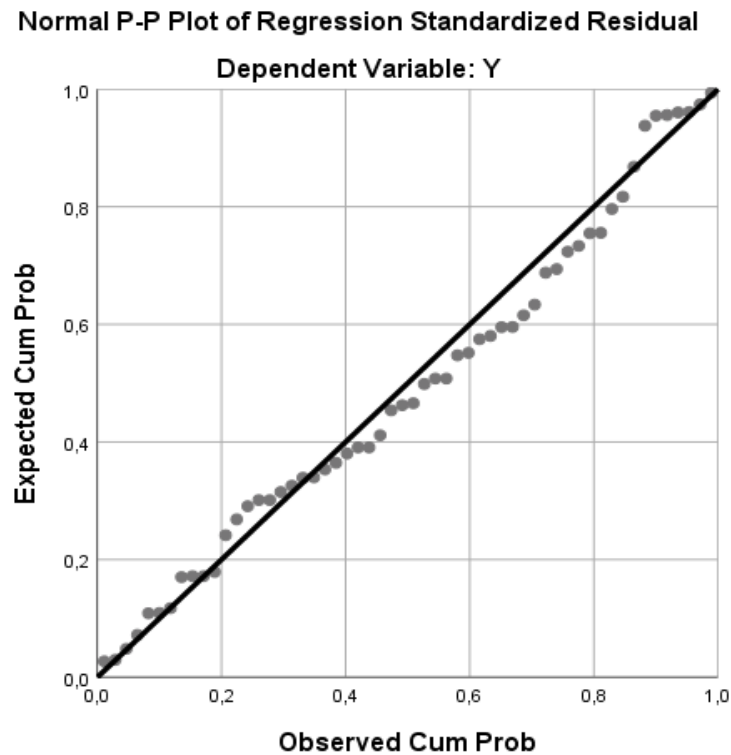
Dari hasil pengujian pada tabel di atas terlihat besarnya nilai test statistic bernilai 0,181 lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 sehingga data yang diuji bernilai normal.

**Gambar 4.7**  
**Histogram Display Normal Curve**



Berdasarkan gambar histogram di atas, dapat dilihat bahwa kurva layanan *mobile banking* dan layanan ATM, pada Bank Syariah Mandiri memiliki kemiringan yang cenderung seimbang dari sisi kanan dan kiri, serta garisnya juga menyerupai lonceng, artinya teknologi informasi dan kualitas layanan memiliki kecenderungan berdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat dari output kurva normal *P-Plot*. Data pada variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal

**Gambar 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas**



Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Jika titik-titik mendekati garis diagonal, maka dapat dikatakan data penelitian tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika titik-titik nya menjauhi garis diagonal maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari gambar 4.8 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal.

b). Hasil Uji Multikolinieralitas

Uji multikoleniaritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antara variabel bebas. Uji multikoleniaritas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel Coefficient, yaitu pada kolom Tolerance dan kolom



VIF (Variance Inflated Factors). Tolerance adalah indikator seberapa banyak variabilitas sebuah variabel bebas tidak bisa dijelaskan oleh variabel bebas lainnya.

Antara variabel bebas dikatakan tidak terjadi korelasi jika nilai tolerance lebih dari 10 % (tolerance > 0,10) dan memiliki nilai VIF kurang dari 10 (VIF < 10). Cara umum untuk mendeteksi adanya multikoleniaritas adalah dengan melihat adanya R2 yang tinggi dalam model tetapi tingkat signifikan yang sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan.<sup>45</sup>

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	S.Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	39,324	5,995		6,559	,000		
Total_X1	,283	,115	,395	2,462	,017	,506	1,978
Total_X2	,159	,127	,202	3.199	,015	,506	1,978

a. Dependent Variable: Total\_Y

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel layanan *mobile banking* memiliki tolerance 0,506 , layanan ATM 0,506 , yang artinya lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* ( *VIF* ) layanan *mobile banking* ( 1,987 ) dan layanan ATM ( 1,987 ) yang artinya lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen.

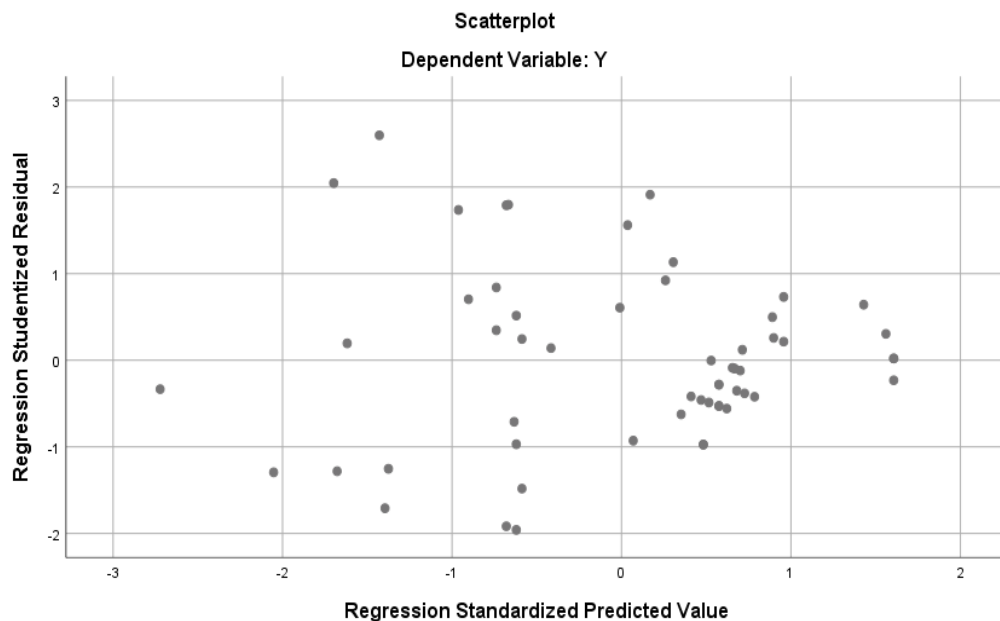
c). Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas, di mana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian

<sup>45</sup> Edy Supriyadi, *SPSS + Amos*, (Jakarta: In Media, 2014), hal. 83

dari residual atau satu pengamatan lainnya. Untuk mendeteksinya dilihat dari titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y pada grafik Scatterplot.

**Gambar 4.9**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Pada gambar di atas menunjukkan bahwa sebaran data residual tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di bawah dan di atas angka nol pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedasitas dalam regresi.

d). Hasil Uji Autokolearsi

Uji autokolerasi adalah sebuah analisis statistic yang dilakukan untuk mengetahui adakah kolerasi variabel yang ada didalam model prediksi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, apabila asumsi autokolerasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokolerasi.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,556 <sup>a</sup>	,309	,283	4,107	1,733

a Predictors: (Constant), layanan\_ATM, layanan\_mobile banking

b Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Dari hasil uji autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson sebesar 1,733. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data untuk  $n=56$ , dan  $k=2$  diperoleh nilai DW tabel  $dL$  1.4954 dan  $dU$  1.6430. Nilai DW hitung 1,733 > dari batas atas ( $dU$ ), yaitu 1,733 dan kurang dari  $4-du$ , sehingga dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif pada penelitian ini.

### 5. Regresi Linier Berganda

Model analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan software SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan bantuan SPSS, didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	S.Error	Beta		
(Constant)	39,324	5,995		6,559	,000
Total_X1	,283	,115	,395	2,462	,017
Total_X2	,159	,127	,202	3.199	,015

a. Dependent Variable: Total\_Y

Berdasarkan tabel di atas, terdapat nilai koefisien regresi dengan melihat hasil pada tabel coefficient pada kolom unstandardized dalam kolom B. dalam sub kolom tersebut terdapat nilai constant (konstanta), dengan nilai konstanta sebesar 39,324 sedangkan nilai koefisien regresi untuk teknologi informasi (X1) = 0,283 dan kualitas pelayanan (X2) = 0,159. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat di rumuskan model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yang kemudian akan di interpretasikan makna dari model persamaan regresi tersebut. Adapun model persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut.

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + \epsilon$$

$$Y = 39,324 + 0,283X_1 + 0,159X_2$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas adalah sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 39,324 menyatakan bahwa jika layanan *mobile banking* dan layanan ATM diabaikan atau sama dengan nol, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 39,324.
- b) Koefisien regresi dari layanan *mobile banking* adalah sebesar 0,283. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat layanan *mobile banking* sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,283. Begitu juga sebaliknya, apabila layanan *mobile banking* mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,283.
- c) Koefisien regresi dari layanan ATM adalah sebesar 0,159. Maksudnya adalah bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas pelayanan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami penurunan sebesar 0,159. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar satu poin maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,159.

## 6. Uji Hipotesis

### a). Uji Parsial ( Uji $t$ )

Uji  $t$  bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau teknologi informasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara parsial ataupun individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau kepuasan nasabah (Y). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus  $df = n - k = 56 - 3 = 53$ . Sehingga  $t$  tabel yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,674. Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_a$  diterima sedangkan apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_o$  ditolak.

**Tabel 4.19**

### Hasil Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	S.Error	Beta		
(Constant)	39,324	5,995		6,559	,000
Total_X1	,283	,115	,395	2,462	,017
Total_X2	,159	,127	,202	3.199	,015

a. Dependent Variable: Total\_Y

Pengaruh dari masing-masing variabel dapat di jelaskan sebagai berikut:

#### 1) Pengaruh layanan *mobile banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis:

$H_o$  : layanan *mobile banking* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

$H_a$ : layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji  $t$  pada variabel *mobile banking* atau X1, di peroleh probabilitas Sig sebesar 0,017. Nilai Sig  $<$  0,05 (0,017  $<$  0,05), maka keputusannya adalah

Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selanjutnya membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dari tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,462. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,462 > 1,674$ ), artinya *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, maka  $H_a$  diterima.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel *mobile banking* adalah sebesar 0,395 atau sebesar 39,5%. Artinya besarnya pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 39,5%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila *mobile banking* mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila teknologi informasi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

2) Pengaruh layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah

Hipotesis:

Ho : layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Ha : layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Nasabah

Hasil uji t pada variabel ATM (*Automatic Teller Machine*) atau  $X_2$  diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,015. Nilai  $\text{Sig} < 0,05$  ( $0,015 < 0,05$ ), maka keputusannya adalah Ho ditolak Ha diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Selanjutnya membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dari tabel di atas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 3,199. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,199 > 1,674$ ), artinya ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, maka  $H_a$  diterima.

Adapun untuk melihat besarnya pengaruh ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah adalah dengan melihat nilai pada tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel di atas diperoleh nilai Beta untuk variabel ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah sebesar 0,202 atau sebesar 20,2%. Artinya besarnya pengaruh ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 20,2%, nilai tersebut menunjukkan nilai yang positif dan signifikan yang artinya apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka ATM (*Automatic Teller Machine*) akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

b). Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi atau  $R^2$  bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/ bebas (variabel teknologi informasi dan kualitas layanan) menjelaskan variabel dependen terikat (kepuasan nasabah) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji  $R^2$**   
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	,785	,616	4,107		1,733

a Predictors: (Constant), layanan\_ATM, layanan\_mobile banking

b Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,616 atau 61,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independent yang terdiri dari layanan *mobile banking* (X1) dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) (X2) mampu menjelaskan variabel dependent yaitu kepuasan nasabah (Y) sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

c). Uji Simultan ( Uji F )

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Hipotesis:

Ho : layanan *mobile banking* dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Ha : layanan *mobile banking* dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengambilan keputusan jika:

- 1)  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan. Dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5%.
- 2) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka Ha ditolak dan H0 diterima, artinya tidak signifikan. Dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05 atau 5%.

Kaidah pengujian signifikansi dengan program SPSS:

- 1) Jika  $0,05 \geq Sig$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan.
- 2) Jika  $0,05 \leq Sig$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak signifikan.



**Tabel 4.21**

**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	399,592	2	199,796	11,845	,000 <sup>b</sup>
Residual	893,962	53	16,867		
Total	1293,554	55			

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X2

b. Dependent Variable: Total\_Y

Dari tabel Anova diperoleh nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05), maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Kesimpulannya signifikan artinya bahwa layanan *mobile banking* dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Adapun cara lain melihat uji F ini dapat membandingkan antara Fhitung dengan Ftabel. Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk pembilang (dfl) dengan rumus  $dfl = k - 1$ . Kemudian menentukan derajat bebas / *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau df2 dengan rumus  $df2 = n - k$ . dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai  $k = 3$  dan  $n = 56$ . Maka nilai dfl dalam penelitian ini adalah  $dfl = 3 - 1 = 2$  dan  $df2 = 56 - 3 = 53$ , sehingga dengan melihat nilai pada Ftabel dengan  $dfl = 2$  dan  $df2 = 53$  diperoleh nilai Ftabel sebesar 3,17. Selanjutnya membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel dari tabel di atas diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar 11,845. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $Fhitung > Ftabel$  ( $11,45 > 3,17$ ), artinya *mobile banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## C. Interpretasi Penelitian

### 3. Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel layanan *mobile banking* ( X1) dengan taraf signifikan 0,000 ( $0,017 < 0,05$ ) . Hal ini menunjukkan bahwa variabel layanan *mobile banking* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan kata lain, hipotesis Ha1 diterima dan Ho1 di tolak. Selanjutnya membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dari tabel diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 2,462. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung  $>$  t tabel ( $2,462 > 1,674$ ), artinya *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Layanan *mobile banking* memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah, yaitu layanan *mobile banking* mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Melina Pujiani (2018) dengan judul Analisis faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Sulawesi selatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakannya.

### 4. Pengaruh *Automatic Teller Machine (ATM )* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) ( X2) dengan taraf signifikan yang lebih besar 0,015 ( $0,015 < 0,05$ ) . Hal ini menunjukkan bahwa variabel layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan kata lain, hipotesis Ha2 diterima dan Ho2 di tolak.

Selanjutnya membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dari tabel bahwa nilai t hitung sebesar 3,199. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung  $>$  t tabel ( $3,199 > 1,674$ ), artinya ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil uji t pada variabel ATM (*Automatic Teller Machine*) atau X2 diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,015. Nilai Sig < 0,05 (0,015 < 0,05), maka keputusannya adalah Ho ditolak Ha diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan dari nilai Beta untuk variabel ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah sebesar 0,202 atau sebesar 20,2%. Artinya besarnya pengaruh ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 20,2%,

Layanan *mobile banki* layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah, yaitu layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Yuliana Angraeni (2016) dengan judul Pengaruh Layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan Kemudahan transaksi dengan menggunakan ATM berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

##### **5. Pengaruh Layanan *Mobile Banking* dan *Automatic Teller Machine* (ATM) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh layanan *mobile banking* dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Hal ini dibuktikan pada  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), sedangkan pada  $F_{tabel}$  dengan  $fd1 = 2$  dan  $df2 = 53$  diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,17. Hal ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $11,845 > 3,17$ ). Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel layanan *mobile banking* dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri.

## 6. Hasil uji determinan R<sup>2</sup>

Untuk hasil uji koefisien determinan (R<sup>2</sup>) diperoleh nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,616 atau 61,6%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari layanan *mobile banking* dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) mampu menjelaskan variabel terikat, yaitu kepuasan nasabah (Y) sebesar 61,6%, sedangkan sisanya 38,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai variabel Y yang cukup tinggi ini menunjukkan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan menjadi variabel dalam penelitian ini memiliki kemampuan yang lebih kecil dalam menjelaskan kepuasan nasabah.

### D. Pembahasan dalam Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan penggunaan penyebaran angket yang diajukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri dalam hal ini nasabah di MIN 12 Kota Medan dan diisi oleh para nasabah, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan:

Pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Dari tabel coefficients dapat diketahui bahwa *mobile banking* dengan nilai sig. sebesar 0,017 maka  $0,017 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak, maka *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Dalam hal ini menunjukkan bahwa *mobile banking* mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Kinerja karyawan dalam *mobile banking* Bank Syariah Mandiri berupa kemudahan, resiko, dan kepercayaan dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Pengaruh layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Dari tabel coefficients dapat diketahui bahwa dengan nilai sig. sebesar 0,015 maka  $0,015 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Dalam hal ini menunjukkan bahwa layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) mampu

meningkatkan kepuasan nasabah. Kinerja karyawan dalam layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) Bank Syariah Mandiri berupa berwujud kemudahan, resiko, dan kepercayaan dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Dari tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai koefisien Beta sebesar 39,5% ditunjukkan pada variabel *mobile banking* (X1). Hal ini membuktikan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah *mobile banking* (X1). *Mobile banking* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri dibandingkan dengan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*).

Dalam hal ini dikemukakan oleh Oliver bahwa *kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan hasrat dan tujuan pelanggan.*<sup>46</sup> Kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pada Bank Syariah Mandiri terlihat dari banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank. Kepuasan pelanggan memiliki potensi tinggi dalam memberikan banyak manfaat yang berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan maka nasabah tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya.

---

<sup>46</sup> M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indah 2005), h.36

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Data responden diambil melalui angket yang disebarakan berupa kuesioner yang dibuat dalam bentuk di *google form* yang dapat dikerjakan oleh responden pada link <http://bit.ly/kuesionerabdullahsiregar>.

Setelah dilakukan penelitian maka akan diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari koesioner yang dibuat, diperoleh data 100 % semua nasabah memiliki tabungan, 80 % adalah berjenis kelamin perempuan dan 20 % adalah berjenis kelamin laki-laki, dan 30,4%, usia responden terbesar adalah > 50 tahun yaitu sebesar dan 92,9%, responden terbanyak adalah berpendidikan sarjana ( S1, S2, S3 ), 83,9% adalah berstatus PNS, dan 35,7 % berpenghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000.
2. Hasil uji validitas setiap butir pernyataan pada variabel *mobile banking* (X1), layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) ( X2), dan kepuasan nasabah (Y) adalah semuanya valid.
3. Dengan melihat perbandingan antara nilai dengan pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5%) pada variabel *mobile banking* (X1), layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) ( X2), kepuasan nasabah (Y) maka disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliable.
4. Dari hasil pengujian pada tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh besarnya nilai test statistic bernilai 0,181 lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 sehingga data yang diuji bernilai normal.
5. Berdasarkan hasil uji multikoleniaritas diperoleh bahwa tidak terjadi multikolinieralitas antara variabel indevidenden.
6. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diperoleh bahwa tidak terjadi gejala heteroskedasitas dalam regresi.
7. Berdasarkan hasil uji autokolerasi diperoleh bahwa tidak ada autokorelasi positif maupun negatif pada penelitian ini.

8. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menunjukkan terdapat pengaruh hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel layanan *mobile banking* dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh secara parsial ataupun simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel layanan *mobile banking* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) diketahui bahwa *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Berdasarkan hasil uji t terkait pengaruh variabel layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) sebagai (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) diketahui bahwa ATM (*Automatic Teller Machine*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Layanan *mobile banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. artinya *mobile banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Berdasarkan uji koefisien determinasi diperoleh besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independent yang terdiri dari layanan *mobile banking* (X1) dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) (X2) mampu menjelaskan variabel dependent yaitu kepuasan nasabah (Y) sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% di jelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
5. Berdasarkan Uji Simultan ( Uji F ) diperoleh bahwa variabel *mobile banking* (X1) dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) ( X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara layanan *mobile banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah pada nasabah Bank Syariah Mandiri di MIN 12 Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi *mobile banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) mempunyai peranan penting terhadap kepuasan nasabah. Maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan Bank Syariah Mandiri diharapkan dapat lebih meningkatkan kualitas layanan aplikasi *mobile banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) yang lebih baik dan didukung oleh pelayanan yang lebih tinggi, maka hal itu akan menghantar lembaga perbankan menuju kesuksesan, karena layanan variabel *mobile banking* dan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) yang dimiliki sangat menentukan citra yang baik bagi lembaga perbankan agar nasabah tetap merasa puas dalam menggunakan jasanya.
2. Bagi nasabah khususnya guru dan staf pegawai MIN 12 kota Medan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan nasabah pada perbankan syariah, dan menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah, sehingga lebih sering menggunakan aplikasi *mobile banking* dan menggunakan layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) dari pada harus pergi melakukan transaksi ke Bank.
3. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan untuk meneliti layanan yang dimiliki perbankan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak hanya mencakup *mobile banking* dan ATM (*Automatic Teller Machine*) saja. Sehingga dianjurkan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang dipakai dalam penelitian ini masih satu perbankan sehingga diharapkan peneliti yang akan datang mengambil dari keseluruhan perbankan yang ada di Indonesia.



## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Buchory, Herry Ahmad dan Djaslim Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya, 2006.
- Gerson, F. Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM: Jakarta, 2004.
- Hafihuddin, Didin Dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2003,
- Hendro, Tri dan Conny Tjandra Rahardja, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.
- Husein, Umar, *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta, 1997
- <https://dailysocial.id/post/mobile-banking-indonesia>
- Juliandi, Azuar, Irfan, Saprina Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*, Medan: UMSU Press, 2014.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhalindo, 1997,
- M.N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, Bogor: Ghalia Indah 2005.
- Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syari'ah*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 1999.
- Muhtosim, Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang: Bayumedia Publishing, 2007.
- Philip Khotler, dkk, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Indonesia, 1996
- Priyatna Duwi, *Analisis Korelasi, regresi dan Multivariate dengan SPSS*, Yogyakarta : Gava Media, 2013
- Siregar, Syofian, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Jakarta: RajawaliPers, 2014.
- Siregar, Sofyan, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2012
- Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Soenarjo, R.H.A *Al Quran dan Terjemahnya*, Jakarta : LP. Raja Fahd , 197

- Sugianto, Agus Eko, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16,0*, Jakarta : PT. Prestasi Pustaka, 2009,
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Supriyadi, Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfication*, Yogyakarta: Andi, 2005,
- Vyctoria, *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*, Yogyakarta: ANDI, 2013

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Abdullah Siregar
2. Nim : 53.15.4.135
3. Tempat, Tanggal Lahir : Perdamean, 16 Januari 1997
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Dusun V Desa Perdamean, Kec. Tanjung Morawa

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tamatan SD Negeri No. 101891 Simpang Penara Berijazah tahun 2009
2. Tamatan MTS PP. Ar Raudhatul Hasanah Berijazah tahun 2012
3. Tamatan MAN Lubuk Pakam Berijazah tahun 2015
4. Tamatan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Berijazah tahun 2020

### **III. IDENTITAS ORANG TUA**

1. Nama Ayah : Sarip Siregar
2. Nama Ibu : Suryani Harahap
3. Pekerjaan Ayah : PNS
4. Pekerjaan Ibu : Mengurus Rumah Tangga
5. Alamat : Dusun V Desa Perdamean, Kec. Tanjung Morawa

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN UNTUK NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI

---

Assalamualaikum Wr. Wb

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Layanan Mobile Banking dan Automatic Teller Machine ( ATM ) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri ( Studi Kasus MIN 12 Medan )”***, di Jurusan Perbankan Syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, maka saya:

Nama : Abdullah Siregar

Nim : 53.15.4.135

Memohon kesediaan Bapak/ibu/sdr/i untuk meluangkan sedikit waktu dalam mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri dan ATM serta pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Dalam pengisian kuesioner ini disarankan untuk membaca petunjuk umum yang terdapat pada awal setiap bagian dengan seksama sebelum menjawab pertanyaan sesuai pendapat Bapak/ibu/sdr/i. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden.

Atas perhatian dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb.

Hormat saya,

(Abdullah Siregar )

## A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nasabah Produk :
  - a. Tabungan
  - b. Deposito
  - c. Giro
  - d. Pembiayaan
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. perempuan
3. Umur :
  - a. 20-29 tahun
  - b. 30-40 tahun
  - c. 41-50 tahun
  - d. >50 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
  - a. SD
  - b. SMP
  - c. SMA
  - d. Diploma (D1, D2, D3)
  - e. Sarjana (S1, S2, S3)
  - f. Lainnya (Sebutkan)...
5. Pekerjaan Responden :
  - a. PNS/TNI
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Wiraswasta
  - d. Ibu Rumah Tangga
  - e. Pelajar/Mahasiswa
  - f. Buruh/petani
6. Pendapatan total keluarga/ bulan :
  - a. Dibawah Rp 1.000.000
  - b. Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
  - c. Rp 3.000.000 – Rp. 5.000.000
  - d. Diatas Rp 5.000.000

## B. PETUNJUK PENGISIAN UNTUK *MOBILE BANKING*

1. Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian.
2. Setiap pernyataan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu.
3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda (  $\checkmark$  ) untuk jawaban yang anda pilih.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RR : Ragu - Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Pernyataan Indikator Kemudahan						
No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena menu <i>Mobile Banking</i> mudah dipahami					
2	Aplikasi <i>Mobile Banking</i> mudah dipelajari sehingga saya lebih terampil saat menggunakannya					
3	Saya merasa mampu menggunakan aplikasi ini untuk semua bertransaksi					
4	Transaksi <i>Mobile Banking</i> dapat dilakukan kapan saja					
5	Tidak sulit untuk mendapatkan jaringan internet dilokasi saya					
Pernyataan Indikator Resiko						
1	Kerahasiaan data <i>Mobile Banking</i> akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri					
2	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> tidak memiliki resiko terutama keamanan data pribadi nasabah					
3	setiap transaksi <i>Mobile Banking</i> yang dilakukan dilengkapi dengan waktu transaksi dan keterangannya					
4	<i>Mobile Banking</i> telah dilengkapi dengan system keamanan yang handal tentang keakuratan data					

5	Bank memiliki pengendalian yang cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan nasabah					
<b>Pernyataan Indikator Kepercayaan</b>						
1	Saya merasa <i>Mobile Banking</i> telah dilengkapi dengan system keamanan yang handal					
2	Saya tidak merasa takut dan khawatir bertransaksi melalui <i>Mobile Banking</i> karena keakuratan proses dan data terjamin					
3	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi melalui <i>Mobile Banking</i>					
4	Bank memberikan kompensasi kepada nasabah sesuai dengan kerugian atas kesepakatan bersama					
5	BSM memiliki fitur dan informasi yang cukup mengenai produk jasa dan bank yang ada di aplikasi <i>Mobile Banking</i>					

**C. PETUNJUK PENGISIAN UNTUK ATM( *Automatic Teller Machine* )**

1. Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian.
2. Setiap pernyataan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu.
3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda ( √ ) untuk jawaban yang anda pilih.

SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 RR : Ragu - Ragu  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

<b>Pernyataan Indikator Kemudahan</b>						
No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Kondisi Mesin <i>ATM</i> BSM dapat dioperasikan dengan baik					
2	Pengoperasian transaksi mudah dan tidak berbelit-belit					
3	transaksi berjalan lancar dan cepat, tidak mengalami gangguan jaringan					
4	Terdapat bukti print laporan transaksi dan tercetak dengan baik					
5	Transaksi pembayaran selalu <i>real-time</i> atau tepat waktu					
<b>Pernyataan Indikator Resiko</b>						
1	Anda memperoleh bukti print laporan transaksi dan tercetak dengan baik					
2	Anda merasa aman ketika anda berada dalam ruang mesin <i>ATM</i>					
3	Terjadi kesalahan ketika melakukan transaksi seperti salah kirim					
4	Lokasi mesin <i>ATM</i> BSM berada di tempat yang strategis dan mudah dijangkau bagi anda					
5	Bank sangat menjamin keamanan transaksi melalui <i>ATM</i> BSM terutama berhubungan dengan keamanan dan data pribadi nasabah					



<b>Pernyataan Indikator Kepercayaan</b>						
1	Rasa aman dan percaya ketika anda bertransaksi dengan menggunakan mesin <i>ATM</i> BSM					
2	Anda merasa percaya pada mesin <i>ATM</i> BSM bahwa selalu tersedia uang ketika melakukan penarikan uang					
3	Anda yakin bahwa kamera pengawas aktif dan selalu mengawasi setiap orang yang menggunakan mesin <i>ATM</i> BSM					
4	Gangguan <i>Mobile Banking</i> sangat rendah					
5	Anda merasa <i>ATM</i> BSM telah dilengkapi dengan system keamanan yang handal					

#### D. PETUNJUK PENGISIAN UNTUK TINGKAT KEPUASAN NASABAH

1. Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian.
2. Setiap pernyataan pilihlah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu.
3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda ( √ ) untuk jawaban yang anda pilih.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RR : Ragu - Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Pernyataan Indikator Kesesuaian harapan						
No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Saya bisa mendapatkan registrasi layanan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> pada awal pembukaan rekening					
2	Banyak jenis transaksi yang bisa saya lakukan dengan menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i>					
3	Bertransaksi menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> lebih terjamin keamanannya karena transaksi dilakukan melalui perangkat pribadi					
4	Dengan menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> transaksi perbankan yang saya lakukan lebih cepat tanpa harus mengantri di bank					
5	Dengan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> kebutuhan mendesak saya dapat teratasi dengan cepat					

<b>Pernyataan Indikator Minat</b>					
1	Saya senang menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> karena syarat dan ketentuannya mudah				
2	Saya senang menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> karena nomor pin yang lebih aman karena diakses melalui perangkat pribadi				
3	Saya suka aplikasi <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> karena tersedia fitur-fitur yang sesuai kebutuhan dalam bertransaksi				
4	Saya tertarik menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> karena dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke bank				
5	Saya tertarik menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena saya memahami manfaatnya				
<b>Pernyataan Indikator kesediaan merekomendasikan</b>					
1	Saya tertarik menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> karena dapat melakukan berbagai transaksi tanpa harus pergi ke bank, sehingga saya akan menyarankan kepada nasabah lain untuk menggunakannya				
2	Saya tertarik menggunakan <i>Mobile Banking</i> karena saya memahami manfaatnya, sehingga saya akan menyarankan kepada nasabah lain untuk menggunakannya				
3	Saya akan merekomendasikan aplikasi <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> BSM kepada nasabah lain karena bank dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi				
4	Saya akan menyarankan kepada nasabah lain untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i> BSM karena bank sangat menjamin keamanan dalam bertransaksi				
5	Dengan berbagai keuntungan yang saya dapatkan, saya menyarankan nasabah lain untuk menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan <i>ATM</i>				

F tabel

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

**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
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

**Titik Persentase Distribusi t tabel**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	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 Durbin Watson ( DW ),  $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683



T tabel

d.f.	Tingkat Signifikan						
	20%	10%	5%	2%	1%	0.2%	0.1%
dua sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0.2%	0.1%
satu sisi	10%	5%	2.5%	1%	0.5%	0.1%	0.05%
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	318.309	636.619
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327	31.599
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215	12.924
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173	8.610
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893	6.869
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208	5.959
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.785	5.408
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	4.501	5.041
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.297	4.781
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.144	4.587
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.025	4.437
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.930	4.318
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852	4.221
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787	4.140
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.686	4.015
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.646	3.965
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.610	3.922
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.579	3.883
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.552	3.850
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.527	3.819
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.505	3.792
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.485	3.768
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.467	3.745
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.435	3.707
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.421	3.690
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.408	3.674

29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.396	3.659
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.385	3.646
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	3.375	3.633
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	3.365	3.622
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	3.356	3.611
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	3.348	3.601
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	3.340	3.591
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	3.333	3.582
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	3.326	3.574
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	3.319	3.566
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	3.313	3.558
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307	3.551
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	3.301	3.544
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	3.296	3.538
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	3.291	3.532
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	3.286	3.526
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	3.281	3.520
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	3.277	3.515
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	3.273	3.510
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	3.269	3.505
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	3.265	3.500
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	3.261	3.496
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	3.258	3.492
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	3.255	3.488
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	3.251	3.484
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	3.248	3.480
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	3.245	3.476
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	3.242	3.473
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	3.239	3.470
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	3.237	3.466
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	3.234	3.463
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.232	3.460

61	1.296	1.670	2.000	2.389	2.659	3.229	3.457
62	1.295	1.670	1.999	2.388	2.657	3.227	3.454
63	1.295	1.669	1.998	2.387	2.656	3.225	3.452
64	1.295	1.669	1.998	2.386	2.655	3.223	3.449
65	1.295	1.669	1.997	2.385	2.654	3.220	3.447
66	1.295	1.668	1.997	2.384	2.652	3.218	3.444
67	1.294	1.668	1.996	2.383	2.651	3.216	3.442
68	1.294	1.668	1.995	2.382	2.650	3.214	3.439
69	1.294	1.667	1.995	2.382	2.649	3.213	3.437
70	1.294	1.667	1.994	2.381	2.648	3.211	3.435

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

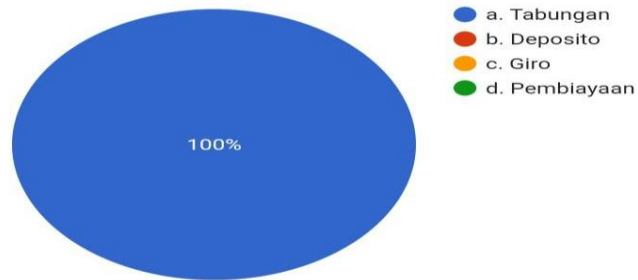
## Out put Hasil Penelitian

**Gambar 4.1**

### **Persentase responden berdasarkan jenis produk**

Nasabah produk

56 tanggapan

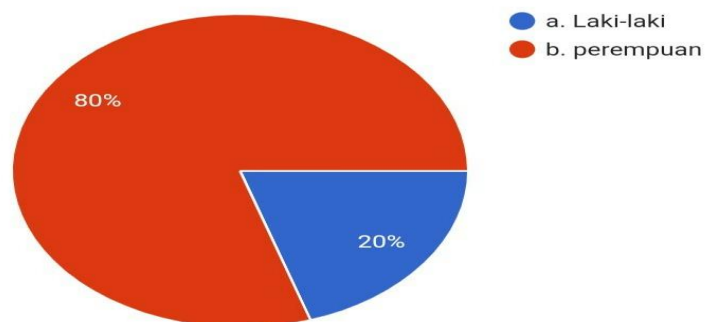


**Gambar 4.2**

### **Persentase responden berdasarkan jenis kelamin**

Jenis Kelamin

55 tanggapan

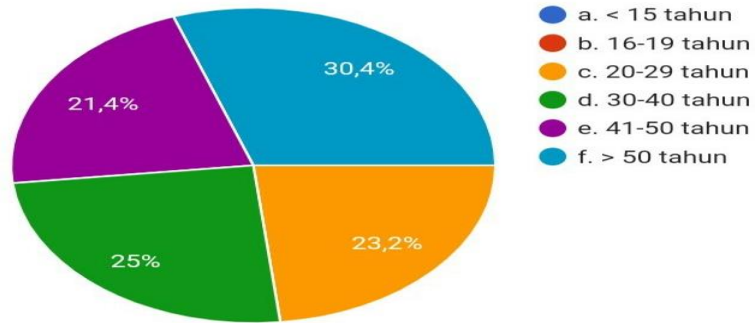


**Gambar 4.3**

**Persentase responden berdasarkan usia**

Umur

56 tanggapan

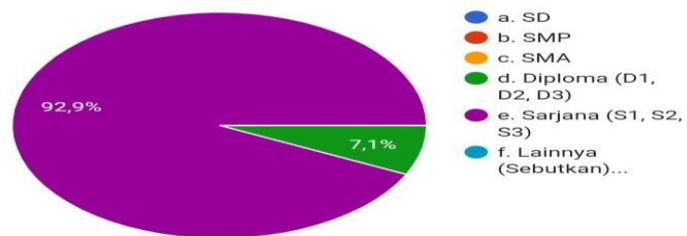


**Gambar 4.4**

**Persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan**

Pendidikan terakhir

56 tanggapan

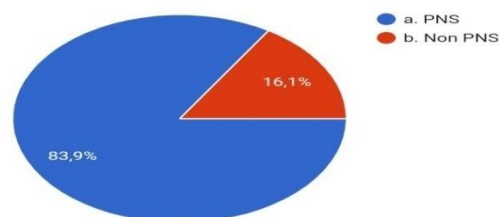


**Gambar 4.5**

**Persentase responden berdasarkan jenis pekerjaan**

Pekerjaan Responden

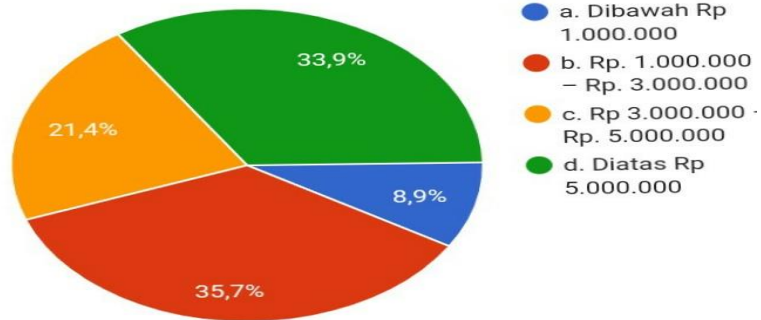
56 tanggapan



**Gambar 4.6**

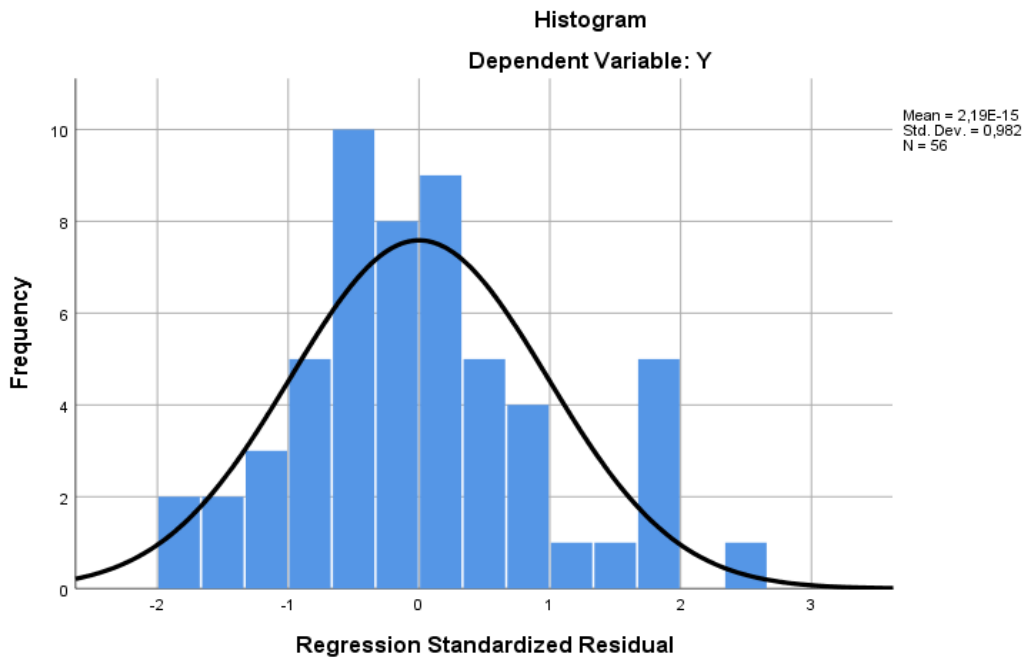
**Persentase responden berdasarkan pendapatan**

Pendapatan total keluarga/ bulan :  
56 tanggapan

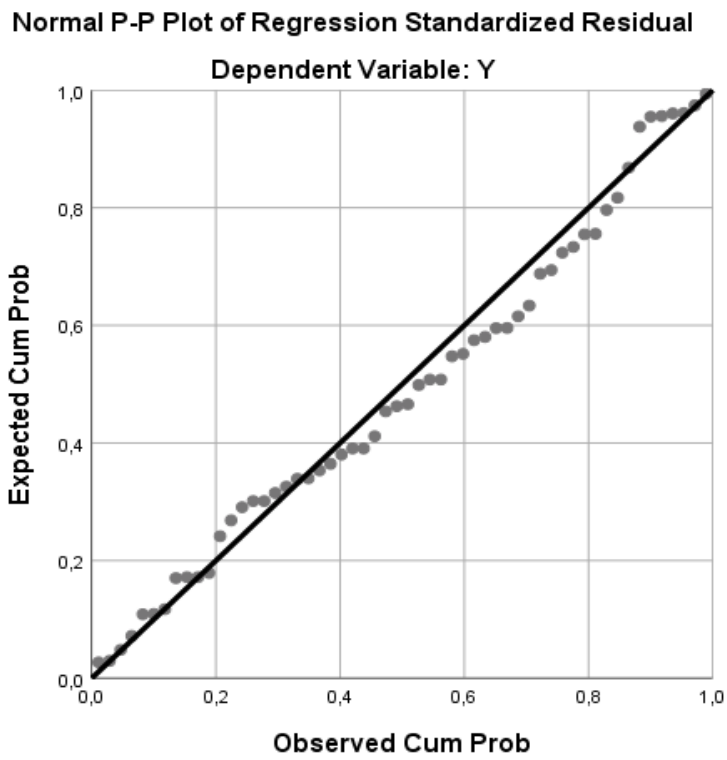


**Gambar 4.7**

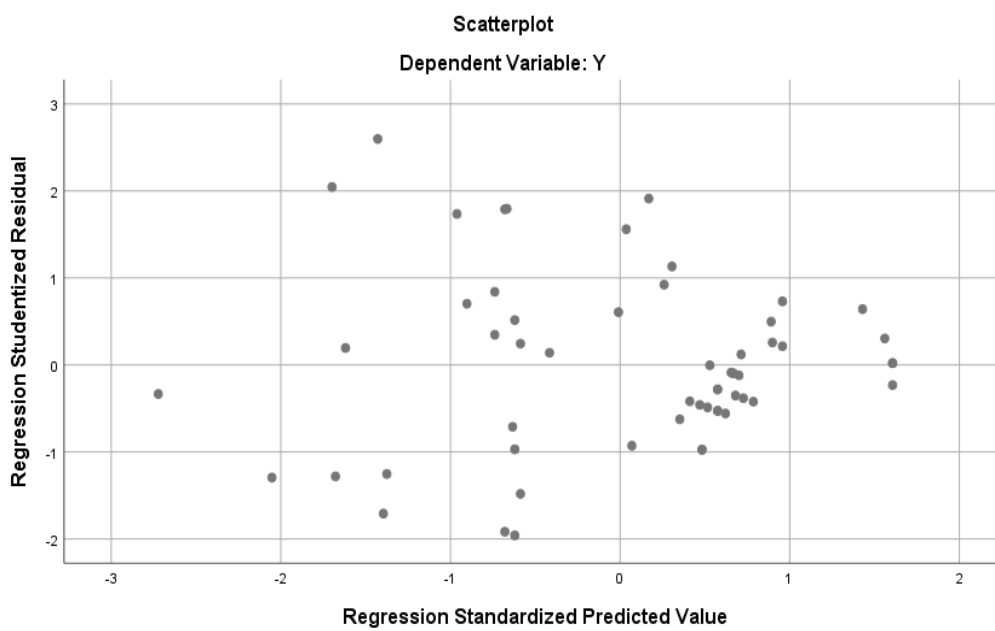
**Histogram Display Normal Curve**



**Gambar 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas**



**Gambar 4.9**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**





## DAFTAR TABEL

**Tabel 4.1**

**Identitas Responden Menurut Jenis Nasabah**

No	Jenis Nasabah	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tabungan	56	100
2	Giro	0	0
3	Deposito	0	0
4	Pembiayaan	0	0
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

**Tabel 4.2**

**Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
1	Laki-laki	11	20
2	Perempuan	45	80
Total		56	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

a) Berdasarkan Usia

**Tabel 4.3**

**Identitas Responden Menurut Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase %
1	20-29 tahun	13	23,2
2	30 - 40 tahun	14	25
3	41-50 tahun	12	21,4
4	> 50 tahun	17	30,4
Total		56	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

**Tabel 4.4**  
**Identitas Responden Menurut Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD	0	0
2	SMP	0	0
3	SMA	0	0
4	DIPLOMA ( D1, D2, D3, D4 )	4	7.1
5	SARJANA ( S1, S2, S3 )	52	92.9
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

**Tabel 4.5**  
**Identitas Responden Menurut Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
1	PNS	47	83,9
2	NON PNS	9	16,1
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

**Tabel 4.6**  
**Identitas Responden Menurut Pendapatan**

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase %
1	Dibawah Rp 1.000.000	5	8,9
2	Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	20	35,7
3	Rp 3.000.000 – Rp. 5.000.000	12	21,4
4	Diatas Rp 5.000.000	19	33,9
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

**Tabel 4.7**

**Skor Angket Untuk Variabel Layanan *Mobile Banking* (X1)**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	20	35.71	27	48.21	7	12.50	2	3.57	0	0	56	100
2	25	44.64	24	42.86	5	8.93	2	3.57	0	0	56	100
3	22	39.29	25	44.64	7	12.50	2	3.57	0	0	56	100
4	19	33.93	23	41.07	14	25.00	0	0	0	0	56	100
5	22	39.29	24	42.86	9	16.07	1	1.79	0	0	56	100
6	26	46.43	25	44.64	4	7.14	1	1.79	0	0	56	100
7	23	41.07	26	46.43	6	10.71	1	1.79	0	0	56	100
8	18	32.14	28	50.00	9	16.07	1	1.79	0	0	56	100
9	25	44.64	17	30.36	11	19.64	3	5.36	0	0	56	100
10	25	44.64	25	44.64	6	10.71	0	0	0	0	56	100
11	22	39.29	26	46.43	7	12.50	1	1.79	0	0	56	100
12	22	39.29	26	46.43	5	8.93	3	5.36	0	0	56	100
13	26	46.43	23	41.07	6	10.71	1	1.79	0	0	56	100
14	22	39.29	30	53.57	2	3.57	2	3.57	0	0	56	100
15	22	39.29	25	44.64	8	14.29	1	1.79	0	0	56	100

**Tabel 4.8****Skor Angket Untuk Variabel Layanan ATM (*Automatic Teller Machine*) (X2)**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	22	39.29	25	44.64	7	12.50	2	3.57	0	0	56	100
2	19	33.93	33	58.93	3	5.36	1	1.79	0	0	56	100
3	22	39.29	29	51.79	5	8.93	0	0	0	0	56	100
4	20	35.71	27	48.21	8	14.29	1	1.79	0	0	56	100
5	18	32.14	26	46.43	10	17.86	2	3.57	0	0	56	100
6	21	37.50	26	46.43	8	14.29	1	1.79	0	0	56	100
7	22	39.29	28	50.00	6	10.71	0	0	0	0	56	100
8	19	33.93	28	50.00	8	14.29	1	1.79	0	0	56	100
9	19	33.93	27	48.21	7	12.50	3	5.36	0	0	56	100
10	16	28.57	30	53.57	7	12.50	3	5.36	0	0	56	100
11	21	37.50	30	53.57	5	8.93	0	0	0	0	56	100
12	17	30.36	32	57.14	5	8.93	2	3.57	0	0	56	100
13	15	26.79	30	53.57	10	17.86	1	1.79	0	0	56	100
14	15	26.79	31	55.36	9	16.07	1	1.79	0	0	56	100
15	19	33.93	31	55.36	6	10.71	0	0	0	0	56	100

**Tabel 4.9****Skor Angket Untuk Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Sangat Setuju (SS)		Setuju (S)		Kurang Setuju (KS)		Tidak setuju (TS)		Sangat Tidak Setuju (STS)		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	32	57.14	22	39.29	1	1.79	1	1.79	0	0	56	100
2	28	50.00	24	42.86	3	5.36	1	1.79	0	0	56	100
3	30	53.57	25	44.64	1	1.79	0	0	0	0	56	100
4	31	55.36	24	42.86	1	1.79	0	0	0	0	56	100
5	30	53.57	24	42.86	1	1.79	1	1.79	0	0	56	100
6	29	51.79	23	41.07	2	3.57	2	3.57	0	0	56	100
7	35	62.50	20	35.71	1	1.79	0	0	0	0	56	100
8	31	55.36	20	35.71	3	5.36	2	3.57	0	0	56	100
9	31	55.36	22	39.29	3	5.36	0	0	0	0	56	100
10	26	46.43	26	46.43	3	5.36	1	1.79	0	0	56	100
11	31	55.36	21	37.50	3	5.36	1	1.79	0	0	56	100
12	33	58.93	21	37.50	2	3.57	0	0	0	0	56	100
13	29	51.79	22	39.29	3	5.36	2	3.57	0	0	56	100
14	30	53.57	25	44.64	1	1.79	0	0	0	0	56	100
15	29	51.79	22	39.29	2	3.57	3	5.36	0	0	56	100

**Tabel 4.10****Hasil Uji Validitas Variabel *mobile banking* (X1)**

<b>Nomor Butir</b>	<b><i>r</i><sub>hitung</sub></b>	<b><i>r</i><sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
1	,566	0,218	Valid
2	,696	0,218	Valid
3	,689	0,218	Valid
4	,810	0,218	Valid
5	,636	0,218	Valid
6	,622	0,218	Valid
7	,562	0,218	Valid
8	,712	0,218	Valid
9	,764	0,218	Valid
10	,675	0,218	Valid
11	,631	0,218	Valid
12	,663	0,218	Valid
13	,642	0,218	Valid
14	,614	0,218	Valid
15	,632	0,218	Valid

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Variabel ATM (X2)**

<b>Nomor Butir</b>	<i>r<sub>hitung</sub></i>	<i>r<sub>tabel</sub></i>	<b>Keterangan</b>
1	,525	0,218	Valid
2	,346	0,218	Valid
3	,311	0,218	Valid
4	,535	0,218	Valid
5	,331	0,218	Valid
6	,389	0,218	Valid
7	,350	0,218	Valid
8	,436	0,218	Valid
9	,467	0,218	Valid
10	,768	0,218	Valid
11	,304	0,218	Valid
12	,328	0,218	Valid
13	,654	0,218	Valid
14	,333	0,218	Valid
15	,616	0,218	Valid

**Tabel 4.12****Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

<b>Nomor Butir</b>	<b><i>r</i><sub>hitung</sub></b>	<b><i>r</i><sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
1	,460	0,218	Valid
2	,587	0,218	Valid
3	,511	0,218	Valid
4	,678	0,218	Valid
5	,654	0,218	Valid
6	,538	0,218	Valid
7	,550	0,218	Valid
8	,624	0,218	Valid
9	,374	0,218	Valid
10	,278	0,218	Valid
11	,675	0,218	Valid
12	,729	0,218	Valid
13	,525	0,218	Valid
14	,716	0,218	Valid
15	,639	0,218	Valid



**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Layanan <i>mobile banking</i>	,909	Reliabel
Layanan ATM	,809	Reliabel
Kepuasan Nasabah	,838	Reliabel

**Tabel 4. 14**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,03160700
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,066
Test Statistic		,181
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	S.Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	39,324	5,995		6,559	,000		
Total_X1	,283	,115	,395	2,462	,017	,506	1,978
Total_X2	,159	,127	,202	3.199	,015	,506	1,978

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,556 <sup>a</sup>	,309	,283	4,107	1,733

a Predictors: (Constant), layanan\_ATM, layanan\_mobile banking

b Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	S.Error	Beta		
(Constant)	39,324	5,995		6,559	,000
Total_X1	,283	,115	,395	2,462	,017
Total_X2	,159	,127	,202	3.199	,015

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	S.Error	Beta		
(Constant)	39,324	5,995		6,559	,000
Total_X1	,283	,115	,395	2,462	,017
Total_X2	,159	,127	,202	3.199	,015

a. Dependent Variable: Total\_Y

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji R<sup>2</sup>**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	,785	,616	4,107		1,733

a Predictors: (Constant), layanan\_ATM, layanan\_mobile banking

b Dependent Variable: kepuasan\_nasabah

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	399,592	2	199,796	11,845	,000 <sup>b</sup>
Residual	893,962	53	16,867		
Total	1293,554	55			

a. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X2

b. Dependent Variable: Total\_Y



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA MEDAN  
MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 12 MEDAN

Jalan Pertiwi, Ujung No. 96 Kelurahan Bantan Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan  
Telepon (061) 7389025; NSM: 111112710012 NPSN: 60728821  
Website: www.minmedantembung.sch.id Email: minmedantembung@kemenag.go.id

Nomor : B- 023/MI.02.15/PP.00.4/05/2020  
Lampiran : -  
Hal : Surat Selesai Penelitian

Medan, 8 Mei 2020

Yang bertandatangan di bawah ini Kepala MIN 12 Kota Medan, memberi izin kepada :

Nama : Abdullah Siregar  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 53154135  
Program Studi/Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah selesai melaksanakan penelitian di MIN 12 Kota Medan. Mulai dari tanggal 24 April s/d 8 Mei 2019. Adapun penelitian ini ditujukan untuk memahami data untuk keperluan skripsi dengan judul "*Pengaruh Layanan Mobile Banking dan Automatic Teller Machine (ATM) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus di MIN 12 Medan)*".

Demikian surat penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

KEPALA,  
MIN 12 Medan  
  
Drs. H. Hasnah Siregar  
NIP. 19651118 199703 2 001