

**ANALISIS PERILAKU PREFERENSI MASYARAKAT MENGGUNAKAN
JASA LAYANAN SETOR TUNAI BANK ACEH SYARIAH
KOTA LANGSA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

HELMI DAYANA

NIM 4012019060



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA
TAHUN 2023 M / 1444 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**ANALISIS PERILAKU PREFERENSI MASYARAKAT
MENGUNAKAN JASA LAYANAN SETOR TUNAI
BANK ACEH SYARIAH KOTA LANGSA**

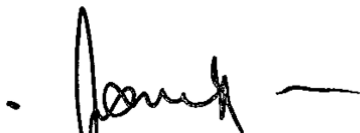
Oleh :

Helmi Dayana
NIM. 4012019060

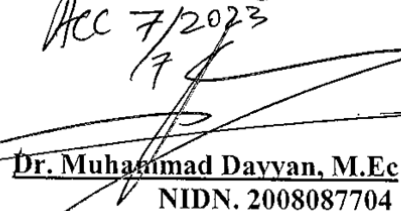
Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 07 Juli 2023

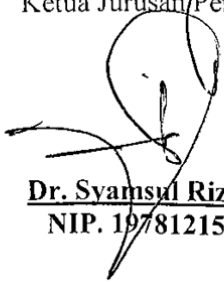
Pembimbing I


Dr. Amiruddin, S.Pd.I., MA
NIP. 19750909 200801 1 013

Pembimbing II

Acc 7/2023
7

Dr. Muhammad Dayvan, M.Ec
NIDN. 2008087704

Mengetahui
Ketua Jurusan/Perbankan Syariah

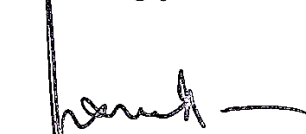

Dr. Syamsul Rizal, SH.I., M.SI
NIP. 19781215200912 1 002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Analisis Perilaku Preferensi Masyarakat Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Bank Aceh Syariah Kota Langsa**” an. Helmi Dayana, NIM 4012019060, Program Studi Perbankan Syariah telah di munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada hari/tanggal Jum’at, 28 Juli 2023 M / 10 Muharram 1445 H. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 7 Agustus 2023
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Ketua/Penguji I



(Dr. Amiruddin, S.Pd.I., MA)
NIP. 19750909 200801 1 013

Sekretaris/Penguji II



(Dr. Muhammad Dayyan, M.Ec)
NIDN. 2008087704

Penguji III/Anggota



(Zulfa Eliza, M.Si)
NIDN. 2003048502

Penguji VI/Anggota



(Agusfinar, M.Si)
NIDN. 2025088903

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa



(Dr. Muhammad Amin, MA)
NIP. 19820205 200710 1 001

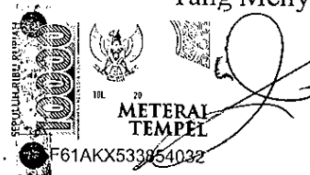
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Helmi Dayana
Nim : 4012019060
Tempat/Tgl. Lahir : Rambung Teldak, 10 Desember 2000
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah (PBS)
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Rambung Teldak, Kec. Darul Hasanah, Kab. Aceh Tenggara.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERILAKU PREFERENSI MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA LAYANAN SETOR TUNAI BANK ACEH SYARIAH KOTA LANGSA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 13 Juli 2023
Yang Menyatakan



Helmi Dayana
NIM. 4012019060

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku preferensi masyarakat menggunakan jasa layanan setor tunai yaitu *cash recycle machine*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan model *structural PLS* dengan dibantu menggunakan *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan *cash recycle machine* dengan nilai t-statistik sebesar $3,509 > 1,96$ dengan *p-value* $0,000 < 0,05$. Transaksi *cashless* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan *cash recycle machine* dengan nilai t-statistik sebesar $0,973 < 1,96$ dengan *p-value* $0,331 > 0,05$. Berdasarkan angka *R-Square* besarnya pengaruh variabel *service quality* dan transaksi *cashless* terhadap preferensi nasabah dengan nilai sebesar 0,642. Maka sebesar 64% variansi preferensi masyarakat menggunakan CRM dipengaruhi oleh variabel *service quality* dan transaksi *cashless*, sedangkan sisanya 36% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Preferensi, *Service Quality*, Transaksi *Cashless* dan *Cash Recycle Machine*.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the preference behavior of people who use cash deposit services, especially cash recycling machines. The research approach used is quantitative. The data collection technique used is a questionnaire. Data analysis techniques using PLS structural models are supported through the use of SmartPLS 3.0 software. The study results show that quality of service has a positive and significant impact on people's preference for using coin recycling machines, with t-statistic value of $3.509 > 1.96$ and p-value of $0.000 < 0.05$. Cashless transactions have a positive and insignificant effect on people's preferences in using cash recycle machines with a t-statistic value of $0.973 < 1.96$ with a p-value of $0.331 > 0.05$. Based on the R-squared coefficient, the magnitude of the impact of quality of service variables and cashless transactions on customer preferences is 0.642. Then 64% of the variance in people's preferences for using CRM is influenced by service quality and cashless transactions, while the remaining 36% is determined by other variables not examined in this study.

Keywords: *Preference, Service Quality, Cashless Transactions and Cash Recycle Machine.*

MOTTO

Allah Subhanahu Wa Ta'ala Berfirman:

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah 2: Ayat 286)

Man Jadda Wajada

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka ia akan dapat”

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur disampaikan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua yang penuh dengan kekhilafan dalam bertindak dan berpikir. Sholawat dan salam diutarakan kepada baginda Nabi Muhammad Saw beserta dengan keluarga dan para sahabatnya. Semoga di hari akhir kelak kita semuanya sebagai umatnya mendapatkan siraman syafa'atnya di *yaumul* akhir kelak.

Terucap rasa syukur yang teramat karena penulis bersyukur bisa menyelesaikan karya ilmiah skripsi dengan judul “**Analisis Perilaku Preferensi Masyarakat Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Bank Aceh Syariah Kota Langsa**” dengan lancar tanpa memiliki kesulitan yang berarti.

Dalam penulisan skripsi ini disadari begitu banyak pertolongan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Sebab tanpa adanya pertolongan tersebut tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat sesuai dengan waktunya. Oleh karenanya, penulis pun menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Teruntuk yang paling istimewa kepada Ayah Abd. Sahar R dan Ibu Jurinah yang tercinta yang senantiasa mendidik, memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis yang tidak ada batasan dan tandingannya, serta dukungan dan doa kepada penulis. Serta untuk Abangwo tercinta Fuji Harto, S.Kep., Ns dan Adik tersayang Fuji Pratama, beserta segenap keluarga besar yang telah melimpahkan dukungan dan doa hingga sampai sejauh ini untuk penulis mendapatkan gelar Sarjana.
2. Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
3. Dr. Muhammad Amin, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa dan Wakil Dekan I, II, III.
4. Zefri Maulana, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.

5. Dr. Amiruddin, S.Pd.I., MA selaku pembimbing I dan Dr. Muhammad Dayyan, M.Ec selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu beliau yang berharga untuk memberikan motivasi dan bimbingan, terima kasih atas bimbingan, arahan, nasihat dan segala ilmu yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Faisal Umardani Hasibuan, M.M selaku Penasehat Akademik dan seluruh dosen pengajar dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Terima kasih juga kepada kepada sahabat penulis Naza Maulina serta teman-teman yang tidak disebutkan namanya satu-persatu, yang selalu memberikan semangat, masukan dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Terima kasih juga kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2019 yang sama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana. Semoga kita tetap menjadi sahabat dan tetap menjalin silaturahmi.

Semoga Allah membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis dengan kebaikan yang berlipat ganda. *Aamiin ya Rabbal'alamiin.*

Langsa, Juli 2023

Penulis,

Helmi Dayana

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وُ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...آ...ِ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...إ...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...و...ِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata

lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ عَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأُمُوْرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Penelitian	10
1.4. Perumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.6. Penjelasan Istilah	12
1.7. Sistematika Pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1. Teori Perilaku Konsumen.....	18
2.2. Teori Preferensi	21
2.3. Jasa Layanan Setor Tunai.....	25
2.4. Kualitas Layanan	27
2.5. Transaksi <i>Cashless</i>	29
2.6. Penelitian Terdahulu.....	31

2.7.	Kerangka Pemikiran	35
2.8.	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1.	Pendekatan Penelitian.....	38
3.2.	Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	38
3.3.	Populasi Dan Sampel.....	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.	Jenis dan Sumber Data Penelitian	40
3.6.	Instrumen Pengumpulan Data	41
3.7.	Definisi Operasional Variabel	42
3.8.	Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		46
4.1.	Gambaran Umum Bank Aceh Syariah	46
4.2.	Deskripsi Data Penelitian	49
4.3.	Uji Instrumen Penelitian.....	57
4.4.	Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	58
4.5.	Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	63
4.6.	Uji Hipotesis.....	64
4.7.	Interpretasi Hasil Penelitian	67
BAB V PENUTUP.....		71
5.1.	Kesimpulan.....	71
5.2.	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah CRM pada Bank Aceh Syariah Tahun 2019-2022.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Servqual	54
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Transaksi Cashless	55
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Variabel Preferensi	56
Tabel 4. 4 Nilai Outer Loading Iterasi Pertama	59
Tabel 4. 5 Nilai Outer Loading Iterasi Kedua.....	60
Tabel 4. 6 Output Cross Loading	61
Tabel 4. 7 Discriminant Validity Metode Average Variance Extracted (AVE) ...	62
Tabel 4. 8 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	63
Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis Melalui Path Coefficient	66
Tabel 4. 11 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Cash Recycle Machine (CRM)	53
Gambar 4. 6 Skema Model Partial Least Square (PLS).....	58
Gambar 4. 7 Output Loading Factor Pemodelan	59
Gambar 4. 8 Output Loading Factor Pemodelan Iterasi Kedua	61
Gambar 4. 9 Hasil Model Penelitian	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	80
Lampiran 3. Teknik Analisis Data	82
Lampiran 4. Pengujian Hipotesis	84
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah membawa manfaat bagi peningkatan ekonomi dan kesejahteraan bersama. Pertama, bank syariah lebih dekat dengan sektor riil karena produk yang ditawarkan khususnya keuangan dan menggunakan transaksi yang mendasari sektor riil, sehingga dampaknya terhadap pengelolaan kebutuhan keuangan lebih nyata. Kedua, tidak ada produk spekulatif (*gharar*), sehingga memiliki ketahanan yang kuat, dan ketahanannya teruji ketika terkena dampak langsung krisis keuangan global. Secara makro, perbankan syariah dapat membantu stabilitas sistem keuangan dan perekonomian. Ketiga, sistem bagi hasil perbankan syariah membawa keuntungan yang lebih adil bagi semua pihak, seperti pemilik dana sebagai penyimpan, pengusaha sebagai debitur, dan bank sebagai pengelola dana.¹

Terlepas dari banyak keunggulan tersebut, industri perbankan syariah telah berkembang dengan baik. Pertumbuhan perbankan syariah tidak terlepas dari beberapa faktor yang menjadi faktor penting baik dalam penghimpunan dana maupun penyaluran dana.² Pertama, perluasan jaringan kantor cabang bank syariah, karena jumlah cabang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk membuka rekening di bank syariah. Kedua, program edukasi, informasi dan komunikasi mengenai produk dan layanan perbankan syariah yang

¹ Halim Alamsyah, 'Perkembangan Dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015', *Milad Ke-8 Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI)*, 2015, h. 2.

² *Ibid.*, h. 3.

berkesinambungan telah meningkatkan *awareness* dan minat masyarakat. Ketiga, upaya peningkatan kualitas layanan perbankan syariah (*Service Excellent*) agar dapat disejajarkan dengan layanan perbankan konvensional. Salah satunya adalah pemanfaatan teknologi informasi dan layanan perbankan seperti ATM, *mobile banking* dan internet *banking*. Untuk mendukung hal tersebut, Bank Indonesia sebagai induk Perbankan Syariah secara khusus mendorong bank konvensional untuk mendorong pengembangan jaringan teknologi informasi di BUS dan UUS.

Pada peningkatan kualitas layanan, termasuk teknologi yang digunakan perbankan syariah, belum sebaik dan secanggih perbankan konvensional. Seperti dikemukakan Abdurokhim, sistem dan layanan informasi transaksi perbankan syariah dan bank konvensional tidak setara. Berdasarkan hasil penelitian ini dengan menggunakan indikator *Benchmark* yang sistematis, diketahui bahwa posisi bank syariah masih tertinggal.³

Salah satu teknologi yang masih tertinggal adalah *branchless banking*, yaitu penyelenggaraan perbankan dan/atau layanan keuangan lainnya yang tidak dilakukan melalui jaringan kantor tetapi bekerja sama dengan entitas lain dan harus didukung oleh teknologi informasi. Pada saat yang sama, nasabah bank membutuhkan layanan *branchless banking* ini.⁴

Salah satu jenis layanan *branchless banking* adalah penarikan simpanan dari mesin Anjungan Tunai Mandiri atau ATM (*Cash Recycling Machine* atau CRM).

³ Abdurokhim, 'Analisis Komparatif /Penggunaan Sistem Informasi Perbankan Antara Bank Syariah Dan Bank Konvensional', 1, 1 (2016).

⁴ *Tentang Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai)*, POJK No. 19/POJK.03/2014. <www.ojk.go.id>.

CRM adalah ATM dimana nasabah dapat melakukan transaksi tunai dan non-tunai, serta penarikan dan penyetoran. Produk layanan CRM adalah *machine* yang secara otomatis menerima setoran tunai, penarikan tunai, dan pembayaran gratis dengan nilai tertentu. Ini dapat dilakukan *online* kapan saja 24/7 secara *real time* dan dapat diakses dengan kartu tanpa mengisi formulir/kertas setoran.⁵

Karena adanya CRM, lebih mudah menyetor uang daripada di teller, dan juga layanan CRM tidak terbatas, tidak seperti *system* teller yang layanannya terbatas sesuai dengan jam buka bank. Hadirnya produk CRM di perbankan syariah juga menjadi insentif baik bagi nasabah untuk mempermudah transaksi nasabah maupun bagi bank syariah untuk lebih meningkatkan efisiensi dan perekonomian daerah.⁶

Meningkatkan kualitas layanan berbasis Teknologi Informasi (TI) dan lengkap untuk semua segmen nasabah setelah mendapat persetujuan konversi dari PT Bank Aceh untuk melakukan perubahan dari operasi konvensional menjadi sistem Syariah secara keseluruhan berdasarkan keputusan komisioner OJK. No. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 tentang penerbitan persetujuan konversi usaha perbankan umum konvensional menjadi perbankan umum syariah. Pada 19 September 2016, perubahan sistem operasi tersebut dilakukan secara serentak di seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak saat itu, Bank Aceh mampu melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni yang berorientasi pada aturan PBI nomor 15/11/2009. Dan mulai tanggal 19

⁵ 'Bank Aceh Luncurkan Cash Recycling Machine' <www.acehmonitor.com> [accessed 20 November 2022].

⁶ PT. Bank Aceh Syariah, *Laporan Tahunan 2021*, www.bankaceh.co.id, h. 5

September 2016 *Go Live* PT. Bank Aceh Syariah yang sebelumnya adalah PT. Bank Aceh.⁷

Bank Aceh Syariah selalu berusaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Bank Aceh Syariah mengambil langkah memperluas layanannya serta telah mengimplementasikan produk-produknya yang salah satunya itu adalah CRM semenjak tahun 2021. Bank Aceh Syariah memberikan inovasi tersebut agar memberi kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi.⁸

Namun produk CRM masih terbilang kurang yang disediakan oleh Bank Aceh Syariah yang hanya terdapat di beberapa tempat belum tersedia di setiap Kabupaten/Kota. Dengan kurangnya pelayanan CRM ini maka nasabah tidak banyak dapat melakukan fasilitas melalui mesin CRM tersebut.

Berikut ini tabel jumlah tersedianya produk CRM pada bank Aceh Syariah dari tahun 2019 hingga 2022:

Tabel 1. 1
Jumlah CRM pada Bank Aceh Syariah
Tahun 2019-2022

Tahun	2022	2021	2020	2019
CRM	50	12	1	0

Sumber: *Annual Report* Bank Aceh Syariah, 2022

Tabel 1.1 tersebut menunjukkan bahwa bank Aceh Syariah sebagai salah satu anak dari Bank Umum Syariah yang memiliki produk CRM, pada tahun 2019 belum memiliki produk CRM. Pada tahun 2020 bank Aceh Syariah mulai memiliki

⁷ www.bankaceh.co.id, Diakses Pada Tanggal 22 November 2022 Pukul 20.33 WIB.

⁸ PT. Bank Aceh Syariah, *Laporan Tahunan 2021*, www.bankaceh.co.id, h. 52.

produk CRM sebanyak 1 unit. Pada tahun 2021 jumlah produk CRM pada bank Aceh Syariah bertambah menjadi 12 unit CRM dan pada tahun 2022 meningkat menjadi 50 unit.

Bertambahnya jumlah fasilitas CRM yang diluncurkan oleh Bank Aceh Syariah ini agar lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksinya, hanya saja fasilitas CRM yang disediakan oleh bank Aceh Syariah belum juga maksimal atau masih terbilang sedikit yang disebarkan di beberapa kota atau daerah sehingga kemudahan bertransaksi yang dilakukan nasabah terbilang belum maksimal juga. Kota Langsa sendiri merupakan salah satu tempat operasional kantor Bank Aceh Syariah. Bank Aceh Syariah di Kota Langsa juga sudah menyediakan jasa layanan CRM yang digunakan nasabah untuk bertransaksi. Saat ini Kantor bank Aceh Syariah Kota Langsa memiliki 2 unit CRM dengan penempatan sebagai berikut :

Tabel 1. 2
CRM Jaringan Kantor Bank Aceh Syariah Cabang Langsa
Tahun 2022

Jumlah	Nama Kantor	Alamat
Kantor Cabang Langsa		
1	CRM Cabang Langsa	Jl. Ahmad Yani No. 16, Desa Gampong Jawa, Kec. Langsa Kota, Kota Langsa
2	CRM Cabang Langsa 2	

Sumber: *Annual Report* Bank Aceh Syariah, 2022

Tabel 1.2 tersebut menunjukkan bahwa pada jaringan kantor bank Aceh Syariah yang berada di Kota Langsa terdapat 2 unit CRM dan bertempat yang sama yaitu di kantor Bank Aceh Syariah Cabang Langsa.

Melihat dari situasinya, Kota Langsa merupakan kota jasa karena pada umumnya aktivitas masyarakat Kota Langsa adalah berdagang. Sehingga peredaran uang dari hasil dagangan masyarakat tersebut berputar setiap harinya dan pendapatan mereka sebagian besar merupakan *cash money*. Pedagang yang bekerja dari mulai pagi hari hingga sore bahkan sampai malam membutuhkan tempat untuk menyimpan uang tersebut, sementara jam operasional bank hanya dari jam 8 pagi hingga jam 5 sore dan tingkat kepadatan untuk antri melalui teller itu akan lama sehingga memakan waktu bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi dengan cepat.

Perkembangan bisnis di Kota Langsa yang semakin berkembang menyebabkan semakin banyak pula masyarakat yang membutuhkan fasilitas untuk bisa melakukan setoran tunai tanpa ada batasan waktu penggunaannya. Dilihat dari kesibukan para nasabah dan keterbatasan waktu, sehingga nasabah sangat memerlukan tempat untuk menyimpan uang dengan aman tanpa harus membawa pulang uang tersebut ke rumah. Maka dengan adanya fasilitas CRM yang bisa digunakan kapan saja 24/7 secara *real time* ini mestinya mampu menjawab kebutuhan nasabah yang ingin melakukan transaksi. Kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi tentunya mempengaruhi penggunaan fasilitas CRM, sehingga apabila semakin banyak jumlah fasilitas CRM yang di sediakan oleh bank maka tingkat kebutuhan penggunaan fasilitas CRM juga akan semakin tinggi. Namun, bank Aceh Syariah Kota Langsa hanya menyediakan 2 unit fasilitas CRM dan kerap terjadi kendala pada penggunaannya.

Pelayanan CRM yang efektif, cepat, dan mudah menjadi terhambat sehingga nasabah sering mengeluh ketika ingin melakukan setoran tunai pada CRM. Sebagaimana melalui wawancara oleh salah satu nasabah bank Aceh Syariah mengungkapkan bahwa kerap terjadi beberapa kendala ketika nasabah ingin melakukan transaksi seperti masalah pada jaringan yang kurang bagus sehingga mengakibatkan mesin CRM *lelet*, terkadang salah satu dari mesin CRM juga tidak bisa digunakan dengan pemberitahuan di dalam *room* CRM dan terkunci. Selain itu, beberapa nasabah juga mengalami kartu ATM tertelan. Di sisi lainnya ketika nasabah ingin melakukan transaksi pada waktu tertentu terkadang harus mengantri dalam waktu yang cukup lama terutama pada awal bulan dan pada malam hari. Sehingga dari kendala tersebut nasabah merasa kurang puas dan beberapa nasabah lebih memilih untuk kembali ke rumah dan melakukan transaksi di lain waktu.⁹

Dari permasalahan serta kendala yang dialami oleh nasabah pada penggunaan fasilitas CRM ini menyebabkan kesan yang berbeda antara kenyataan dan harapan nasabah, yang selalu mengharapkan pelayanan yang berkualitas dan tentunya mempengaruhi preferensi nasabah akibat kendala pada penggunaan CRM. Sehingga diperlukan penelitian mengenai perilaku preferensi nasabah bank Aceh Syariah dalam menggunakan jasa layanan tersebut. Penelitian ini untuk mengetahui perilaku nasabah Bank Aceh Syariah dalam memilih menggunakan jasa layanan setor tunai melalui CRM dan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan nasabah bank Aceh Syariah memilih jasa layanan CRM. Melalui hasil penelitian ini, bank

⁹ Hasil Wawancara Dengan Nasabah Bank Aceh Syariah Pada 23 November 2022 Pukul 10.18 WIB.

Aceh Syariah dapat mengambil kebijakan lebih lanjut untuk mengembangkan layanan setoran tunai yang dibutuhkan oleh nasabah. Selain itu langkah-langkah lainnya terkait layanan Bank Aceh Syariah yang lebih baik agar lebih unggul dari bank-bank lainnya baik untuk daerah maupun nasional.

Perilaku preferensi jasa layanan terkait erat dengan pengukuran kualitas layanan. Model kualitas layanan yang kerap dijadikan acuan dalam penelitian (*research*) adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry.¹⁰ SERVQUAL adalah upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan konsumen.¹¹ Dapat dikatakan bahwa kualitas layanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan konsumen serta kebutuhan dan keinginan pengguna layanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting untuk mencapai kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan variabel Servqual sebagai variabel independen pertama (X_1).

Lebih lanjut, berdasarkan wawancara dengan nasabah Bank Aceh Syariah Kota Langsa, nasabah tersebut mengatakan bahwa sudah beberapa kali menggunakan fasilitas CRM dengan tujuan untuk menyimpan uang ataupun melakukan transaksi bisnis. Dengan adanya fasilitas CRM ini membantu nasabah tersebut untuk bertransaksi secara praktis tanpa harus menyiapkan uang tunai.

¹⁰ A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, *Provide Quality Services, Balancing Consumer Perceptions and Expectations* (New York: Free Press, 1990). h. 20.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014). h. 268

Sehingga nasabah tersebut lebih memilih melakukan transaksi *cashless* (non-tunai) melalui CRM.¹² Dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa pilihan menggunakan jasa layanan CRM itu disebabkan karna adanya kebutuhan sehingga nasabah memilih melakukan transaksi *cashless*. Transaksi *cashless* adalah transaksi keuangan di mana uang tunai tidak lagi digunakan melainkan transaksi dengan pembayaran non-tunai dan salah satu jasa layanan yang menyediakan kemudahan tersebut adalah fasilitas CRM.

Hasil wawancara tersebut sejalan dengan penelitian Chumaidi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembayaran non-tunai biasanya dilakukan melalui transfer bank atau transfer antar bank melalui jaringan internal bank, seperti pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT). Selain itu, pembayaran non-tunai juga dilakukan di UIN. CH. Abdurrahman Wahid menggunakan kartu atau kode QRIS sebagai alat pembayaran, seperti *barcode* QRIS di beberapa kantin kampus UIN. CH. Abdurrahman Wahid. Selain itu, meningkatnya penggunaan *e-wallet* di UIN. CH. Abdurrahman Wahid sebagai: Shopee Pay, OVO, Gopay, Dana, dll. semakin mendukung pengembangan sistem pembayaran non-tunai di Indonesia.¹³ Dengan demikian, variabel transaksi *cashless* dapat mempengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan melalui CRM. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menggunakan variabel transaksi *cashless* sebagai variabel independen kedua (X₂).

¹² Hasil Wawancara Dengan Nasabah Bank Aceh Syariah Pada 23 November 2022 Pukul 11.22 WIB.

¹³ Edy Chumaidi, 'Model Pembiayaan Dan Pembayaran Sistem Cashless Di UIN Kh. Abdurrahman Wahid', *Armada: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1.1 (2022), 16–26, <https://doi.org/10.55681/armada.v1i1.237>.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Perilaku Preferensi Masyarakat Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Bank Aceh Syariah Kota Langsa**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka identifikasi masalah dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Kota Langsa sebagai kota jasa, dengan tingginya kebutuhan masyarakat dan pentingnya untuk melakukan transaksi melalui fasilitas CRM seharusnya jumlah fasilitas CRM lebih banyak disediakan.
2. Terdapat 2 unit CRM dan kerap terjadi permasalahan pada mesin tersebut ini menunjukkan kendala pada kualitas jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah Kota Langsa.
3. Dengan adanya fasilitas CRM transaksi bisnis dengan metode *cashless* bisa dilakukan kapan saja. Deposit uang yang ada di rekening nasabah bisa di setor kapan saja dan bisa bertransaksi selama 24 jam sehingga tidak ada kendala pada aktivitas transaksi nasabah.

1.3. Batasan Penelitian

Untuk memfokuskan penelitian ini, maka perlu dilakukan batasan masalah, sehingga dalam penelitian ini penulis hanya membahas masalah yang berkaitan dengan *servqual* dan transaksi *cashless* pada preferensi nasabah dalam menggunakan jasa layanan setoran tunai di Bank Aceh Syariah Kota Langsa.

Mengingat begitu banyaknya nasabah Bank Aceh Syariah yang menggunakan jasa layanan setor tunai pada CRM bank Aceh Syariah di Kota

Langsa maka peneliti membatasi penelitian ini pada nasabah yang melakukan kegiatan setor tunai dengan pertimbangan dan kriteria tertentu serta penelitian ini dilakukan pada tahun 2023.

1.4. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perilaku preferensi nasabah bank Aceh Syariah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai melalui CRM?
2. Apakah variabel *servqual* (kualitas layanan) berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah bank Aceh Syariah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai melalui CRM?
3. Apakah variabel transaksi *cashless* berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah bank Aceh Syariah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai melalui CRM?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis perilaku preferensi nasabah bank Aceh Syariah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai melalui CRM.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel *servqual* (kualitas layanan) terhadap preferensi nasabah bank Aceh Syariah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai melalui CRM.

3. Untuk menganalisis pengaruh variabel transaksi *cashless* terhadap preferensi nasabah bank Aceh Syariah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai melalui CRM.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak terkait dengan perilaku nasabah bank syariah dan teknologi layanan yang digunakan oleh bank syariah. Secara khusus manfaat penelitian ini adalah:

1. Akademisi

Sebagai sarana tambahan referensi dan pertimbangan bagi penelitian lain yang relevan dengan penelitian ini. Kemudian sebagai wawasan serta pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

2. Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran bagi Perbankan Syariah dalam mengatur strategi pemasaran untuk meningkatkan produk-produk yang ditawarkan.

3. Peneliti

Bagi penulis dengan adanya penelitian ini yaitu sebagai potensial untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menerapkan teori yang ada dengan keadaan yang sebenarnya. Serta untuk menambah pengetahuan maka peneliti mampu mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan ke dalam dunia kerja atau ke dalam kehidupan sehari-hari.

1.6. Penjelasan Istilah

Berdasarkan rumusan penelitian maka uraian definisi istilah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bank

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes. Sedangkan menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹⁴ Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Dalam sistem operasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetapi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam.¹⁵

Bank Aceh Syariah sebagai salah satu bank syariah ini dulunya adalah Bank Aceh, telah mendapatkan izin konversi untuk melakukan perubahan kegiatan konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh. Bank Aceh Syariah juga telah beroperasi di seluruh kota di Provinsi Aceh salah satunya di Kota Langsa bahkan Bank Aceh Syariah telah tersebar luas hingga di luar provinsi Aceh.

2. Nasabah

Nasabah adalah orang yang berhubungan dengan bank. Berdasarkan Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 Tentang Lembaga Penjamin Simpanan

¹⁴ Erlina Rufaidah, *Ilmu Ekonomi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015). h. 146.

¹⁵ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2016). h. 26

mengenai pengertian Nasabah sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992, pengertian nasabah dibagi dua yaitu:¹⁶

- a. Nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Masyarakat yang melakukan setoran tunai pada bank Aceh Syariah tentunya disebut sebagai nasabah karna kegiatan transaksinya yang berhubungan dengan bank Aceh Syariah.

3. Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen adalah perilaku yang dilakukan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, mengevaluasi, dan mengelola barang dan jasa yang mereka yakini yang akan memuaskan kebutuhan mereka. Konsep dasar perilaku konsumen menyatakan bahwa konsumen selalu berusaha untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya dari penggunaan barang atau jasa yang digunakannya. Kegunaan berarti sejauh mana suatu produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan seseorang.¹⁷

¹⁶ Undang-Undang No.10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Syariah.

¹⁷ Erlina Rufaidah, *Ilmu Ekonomi...*, h. 36-38.

Nasabah yang melakukan kegiatan transaksi keuangan pada bank Aceh Syariah merupakan salah satu bentuk dari perilaku konsumen, dengan menggunakan jasa layanan yang diberikan oleh bank Aceh Syariah.

4. *Preference*

Preference adalah suatu sifat atau keinginan untuk memilih. Preferensi konsumen di definisikan sebagai selera subjektif (individu) yang diukur dengan utilitas berbagai barang dan jasa. Preferensi adalah kecenderungan seseorang untuk memilih suatu produk sesuai dengan keinginan, kepentingan, dan selernya. Seorang konsumen diharapkan dapat membedakan setiap produk yang mereka temukan.¹⁸ Nasabah bank Aceh Syariah sebelum melakukan setoran tunai maka terlebih dahulu melakukan preferensi sehingga nasabah kemudian bisa memutuskan untuk melakukan transaksi keuangan menggunakan jasa layanan setoran tunai pada *Teller* atau CRM.

5. Jasa Layanan

Jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat kepada konsumen pada waktu dan tempat tertentu dengan membuat perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa. Sedangkan layanan adalah suatu sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas atau tidak puas yang dialami konsumen pada saat terjadinya proses tindakan. Layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam

¹⁸ Dyah Sawitri, 'Ekonomi Mikro Dan Implementasinya' (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 1.

memutuskan akan melakukan transaksi atau tidak.¹⁹ Kualitas pelayanan jasa (*service quality*) memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen/pelanggan. Singkatnya, kualitas adalah dorongan khusus bagi konsumen untuk menjalin kerja sama atau kemitraan jangka panjang dan saling menguntungkan dengan perusahaan.²⁰

Bank Aceh Syariah terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dengan cara memperluas layanannya salah satunya yaitu mengimplementasikan CRM agar memberi kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi.

6. Setor Tunai

Setor tunai adalah suatu aktivitas dimana nasabah melakukan penyetoran uang tunai ke dalam rekening. Untuk melakukan setor tunai bisa dilakukan melalui layanan ATM setor tunai dan *Teller*. Dengan adanya jasa layanan setor tunai yang bervariasi di bank Aceh Syariah Kota Langsa baik melalui *Teller* maupun CRM ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.

1.7. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan sistematika secara berurutan yang terdiri dari beberapa bab yaitu:

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan pada Bab ini membahas tentang latar belakang penelitian yang menjelaskan secara singkat mengenai perilaku preferensi nasabah dalam

¹⁹ Didin Fatihudin and Firmansyah, *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Deepublish, 2019). h. 7-8.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 8.

menggunakan jasa layanan setor tunai yang kemudian dirumuskan dalam beberapa poin rumusan masalah. Bab ini juga memaparkan mengenai identifikasi masalah, batasan penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, beserta sistematika pembahasan penelitian.

Bab II Landasan Teori

Landasan Teori, kajian terhadap beberapa teori dan referensi yang menjadi landasan dalam membahas mengenai teori atau istilah dari latar belakang masalah yang diteliti.

Bab III Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, dan teknik analisa data.

Bab IV Hasil penelitian

Hasil dan Pembahasan, pada bab ini disajikan hasil analisis data dan hasil uji hipotesis dengan data yang diolah menurut metode yang telah ditetapkan. Data atau informasi yang diolah dan dianalisis dalam bab ini dikaitkan dengan kerangka teori bab II sedemikian rupa sehingga menunjukkan bagaimana bahan penelitian dapat digunakan untuk menjawab permasalahan dan tujuan pembahasan dalam kerangka pemikiran.

Bab V Penutup

Kesimpulan dan Saran, bab ini berisi kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Bank Aceh Syariah

4.1.1. Sejarah Singkat⁶⁶

Awal mula didirikannya PT. Bank Aceh pada tahun 1957. Dari Gagasan Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Aceh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam), dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957. Tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Ditetapkannya Undang - Undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan tersebut, pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 12 Tahun 1963 sebagai dasar hukum pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Pemerintah daerah menekankan bahwa tujuan dibentuknya Bank Pembangunan Daerah Khusus Aceh adalah untuk membiayai pelaksanaan pembangunan daerah dalam pembangunan nasional yang direncanakan secara luas. Sepuluh tahun kemudian, lebih tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Daerah

⁶⁶ 'Sejarah Singkat Perusahaan' <https://www.bankaceh.co.id/?page_id=82> [accessed 4 June 2023].

Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54 Tahun 1973 yang menentukan pelaksanaan pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Pada tanggal 6 Agustus 1973, hari lahir Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, peralihan status dari segi bentuk hukum, hak dan kewajiban, dll resmi selesai.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999.

Bank Aceh berkantor pusat di Jalan Mr. Mohd. Hassan No.89 Batoh, Banda Aceh. Sampai dengan Desember 2022, Bank Aceh telah memiliki total Jaringan sebanyak 585 jaringan terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 26 Kantor Cabang, 128 Kantor Cabang Pembantu, 28 *Payment Point*, 12 Unit Mobil Kas Keliling dan 341 Unit ATM dan 50 unit CRM.

1.1.2. Visi, Misi & Motto

1. Visi

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

2. Misi

- a. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah

- b. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis teknologi informasi (TI) untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi
- c. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif
- d. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
- e. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

3. *Motto / Corporate Image*

“Kepercayaan dan Kemitraan”

Kepercayaan adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.

Kemitraan adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan motto tersebut, usaha PT. Bank Aceh Syariah diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi

penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

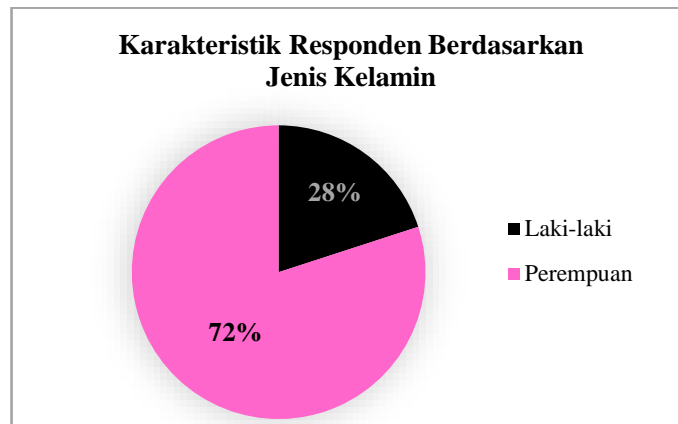
4.2. Deskripsi Data Penelitian

4.2.1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data responden dengan menyebarkan kuisioner. Karakteristik responden dalam penelitian ini dilakukan terhadap 75 responden pengguna *Cash Recycle Machine* (CRM) pada Bank Aceh Syariah Kota Langsa. Karakter responden dibagi mengikuti jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan/profesi, penggunaan *Cash Recycle Machine* (CRM).

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin maka responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:



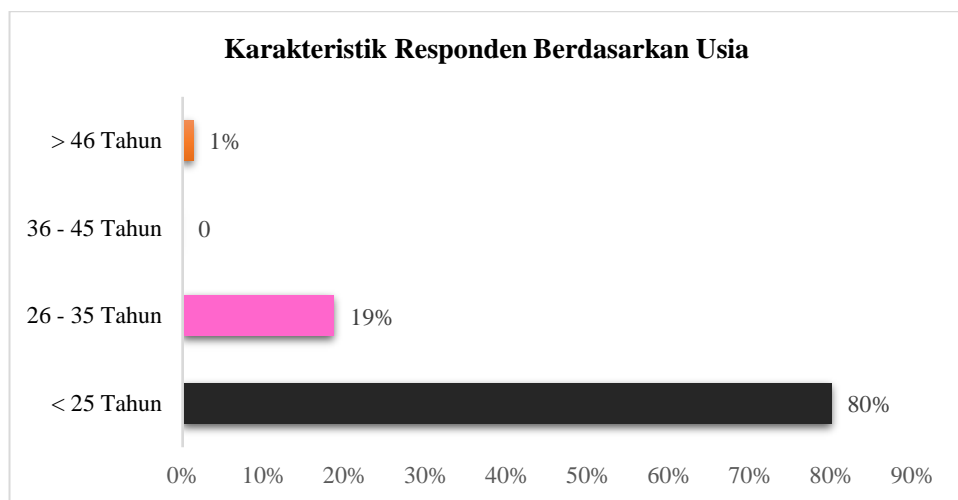
Sumber: Data Primer diolah (2023).

Gambar 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.1 menunjukkan sebagian besar responden didominasi oleh perempuan sebanyak 54 responden atau 72%, sedangkan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 21 responden atau 28%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:



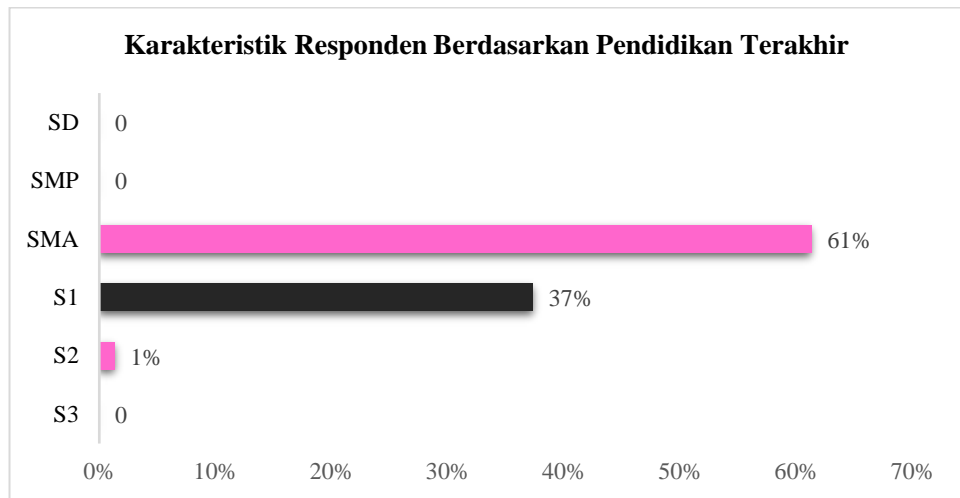
Sumber: Data Primer diolah (2023)

Gambar 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa dari semua usia sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih dominan nasabah usia < 25 tahun yang berjumlah 60 responden atau 80%, yang berusia 26 – 35 tahun berjumlah 14 responden atau 19%, yang berusia > 46 tahun berjumlah 1 responden atau 1%. Sedangkan usia 36 – 45 tahun tidak memiliki responden atau 0.

3. Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tingkat Pendidikan responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:



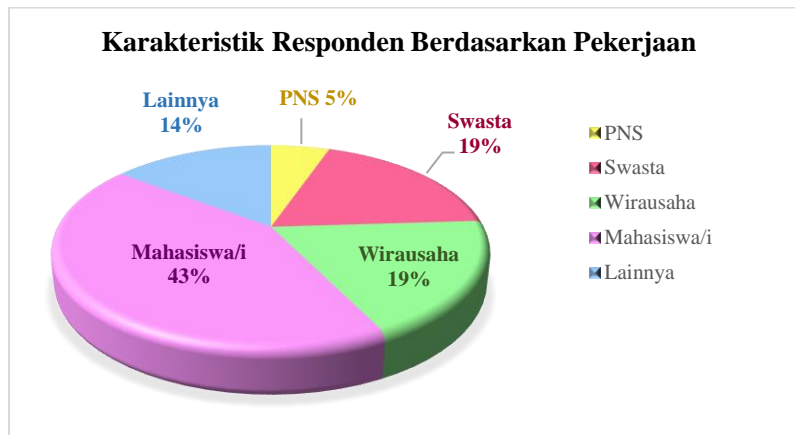
Sumber: Data Primer diolah (2023)

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambar 4.3 menunjukkan bahwa dari semua peringkat tingkat terakhir pendidikan sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih dominan nasabah tamatan SMA yang berjumlah 46 responden atau 61%, yang berpendidikan terakhir S1 berjumlah 28 responden atau 37%, yang berpendidikan terakhir S2 berjumlah 1 atau 1%. Sedangkan tingkat Pendidikan SD, SMP dan S3 tidak memiliki responden atau 0.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:



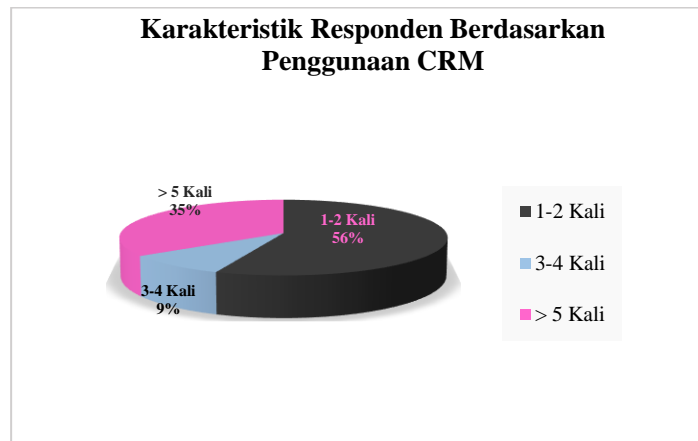
Sumber: Data Primer diolah (2023)

Gambar 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 4.4 menunjukkan bahwa dari semua peringkat pekerjaan sebagian besar responden ini adalah Mahasiswa/i sebanyak 32 responden atau 43%, jumlah responden yang berprofesi Swasta sebanyak 14 responden atau 19%, jumlah responden yang berprofesi Wirausaha sebanyak 14 responden atau 19%, jumlah responden yang berprofesi PNS sebanyak 4 responden atau 5% dan responden yang berprofesi lainnya sebanyak 11 responden atau 14%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan *Cash Recycle Machine*

Dalam penelitian ini untuk melihat karakteristik berdasarkan penggunaan *cash recycle machine* tersebut, maka peneliti dapat mendeskripsikan sebagai berikut:



Sumber: Data Primer diolah (2023)

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan
Cash Recycle Machine (CRM)

Berdasarkan Gambar 4.5 dapat disimpulkan bahwa paling dominan nasabah menggunakan CRM 1-2 kali sebanyak 42 responden atau 56%, kemudian nasabah yang menggunakan CRM > 5 kali sebanyak 26 responden atau 35% dan nasabah yang menggunakan CRM 3-4 kali sebanyak 7 responden atau 9%.

4.2.2. Deskriptif Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *service quality* (*servqual*) dan transaksi *cashless* sebagai variabel bebas (independent) sedangkan preferensi nasabah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai pada CRM sebagai variabel terikat (dependen). Data deskriptif responden tersebut diperoleh melalui membagikan kuesioner yang telah disebarakan kepada masyarakat ataupun nasabah yang terdiri dari 12 pertanyaan/*item*. Pada variabel *Servqual* (X_1) terdapat 4 pertanyaan/*item*, variabel Transaksi *Cashless* (X_2) terdapat 4 pertanyaan/*item* dan variabel Preferensi Nasabah (Y) terdapat 4 pertanyaan/*item*. Untuk lebih jelas sebagai berikut:

1. Deskriptif Responden Berdasarkan *Service Quality*

Service quality adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan/nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas; sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Dalam penelitian ini variabel *Servqual* terdiri dari 4 pertanyaan/item. Adapun hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan dapat dilihat dalam table 4.1 berikut:

Tabel 4. 1
Distribusi Frekuensi Responden Variabel Servqual

No	Pertanyaan/item	1	2	3	4	5	Rata-rata
1	Saya menggunakan jasa layanan CRM karena dapat diandalkan untuk melakukan transaksi	0	0	0	47	28	4,37
2	Saya merasa jasa layanan CRM sangat kredibel karena keamanannya terjamin	0	0	6	43	26	4,27
3	Menurut saya teknologi pada jasa layanan CRM sudah canggih, berguna dan berkualitas	0	0	5	45	24	4,23
4	Menurut saya jasa layanan CRM cepat, tepat dan mampu memberikan informasi persis seperti yang saya butuhkan	0	0	1	47	27	4,35
Total Rata-rata							4,30

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1, menunjukkan bahwa total rata-rata variabel *servqual* adalah 4,30 maka terletak di angka 4 yang artinya mayoritas responden menjawab setuju bahkan variabel *servqual* menjadi pendorong bagi responden menggunakan *Cash Recycle Machine* seperti pada pertanyaan/item SQ1 terkait jasa layanan CRM digunakan karena bisa diandalkan melakukan transaksi dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,37.

2. Deskriptif Responden Berdasarkan Transaksi *Cashless*

Transaksi *Cashless* merupakan transaksi finansial yang tidak lagi menggunakan uang tunai melainkan *cashless* baik untuk melakukan pengiriman uang ataupun melakukan pembayaran. Dalam penelitian ini variabel transaksi *cashless* terdiri dari 4 pertanyaan/*item*. Adapun hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan dapat dilihat dalam table 4.2 berikut:

Tabel 4. 2
Distribusi Frekuensi Responden Variabel Transaksi *Cashless*

No	Pertanyaan/ <i>item</i>	1	2	3	4	5	Rata-rata
1	Menurut saya lancarnya transaksi bisnis yang saya lakukan karena kemudahan dari jasa layanan CRM.	0	0	6	43	26	4,27
2	Saya tidak merasa khawatir ketika saya melakukan transaksi bisnis melalui jasa layanan CRM	0	0	8	48	19	4,15
3	Saya menggunakan jasa layanan CRM untuk melakukan pembayaran.	0	1	1	54	19	4,21
4	Saya sudah merasakan manfaat dari jasa layanan CRM dan saya akan merekomendasikan layanan ini kepada nasabah lainnya yang ingin melakukan transaksi bisnis	1	0	3	42	29	4,31
Total Rata-rata							4,23

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2, menunjukkan bahwa total rata-rata variabel transaksi *cashless* adalah 4,23 maka terletak di angka 4 yang artinya mayoritas responden menjawab setuju bahkan variabel transaksi *cashless* menjadi pendorong bagi responden untuk menggunakan *Cash Recycle Machine* seperti pada pertanyaan/*item* TC4 terkait sudah merasakan manfaat dari jasa layanan

CRM dan akan merekomendasikan layanan tersebut kepada nasabah lainnya yang ingin melakukan transaksi bisnis dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,31. Sedangkan nilai rata-rata terendah adalah pada pertanyaan/*item* TC2 terkait tidak merasa khawatir ketika melakukan transaksi bisnis melalui jasa layanan CRM, dominan responden menjawab ragu-ragu dengan nilai rata-rata 4,15.

3. Deskriptif Responden Berdasarkan Preferensi Nasabah

Preferensi didefinisikan sebagai selera subjektif (individu) yang diukur dengan utilitas berbagai barang dan jasa. Preferensi adalah kecenderungan seseorang untuk memilih menggunakan suatu produk sesuai dengan keinginan, kepentingan, dan selernya. Dalam penelitian ini variabel preferensi nasabah terdiri dari 4 pertanyaan/*item*. Adapun hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan dapat dilihat dalam tabel 4.3 berikut:

Tabel 4. 3
Distribusi Frekuensi Responden Variabel Preferensi

No	Pertanyaan/ <i>item</i>	1	2	3	4	5	Rata-rata
1	Saya tertarik menggunakan jasa layanan CRM karena relevan dengan minat saya dalam bertransaksi	0	0	1	49	25	4,32
2	Saya merasa jasa layanan CRM penting untuk digunakan karena dapat menjawab kebutuhan dan keinginan saya	0	0	1	41	33	4,43
3	Saya memilih jasa layanan CRM untuk bertransaksi karena aman, mudah dan efisien	0	0	3	39	33	4,40
4	Saya merasa puas dengan pelayanan CRM dan saya berencana untuk menggunakan layanan ini di masa mendatang	0	0	1	42	32	4,41
Total Rata-rata							4,39

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3, menunjukkan total rata-rata variabel preferensi nasabah adalah 4,39 maka terletak diangka 4 yang artinya mayoritas responden menjawab setuju bahkan variabel preferensi nasabah menjadi pendorong bagi responden menggunakan *Cash Recycle Machine* seperti pada pertanyaan/item PN2 terkait jasa layanan CRM penting untuk digunakan karena dapat menjawab kebutuhan dan keinginan nasabah dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu 4,43. Sedangkan nilai rata-rata terendah adalah pada pertanyaan/item PN1 terkait ketertarikan menggunakan jasa layanan CRM karena relevan dengan minat nasabah dalam bertransaksi dengan nilai rata-rata 4,32.

4.3. Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisa SEM-PLS dengan proses perhitungannya dibantu program aplikasi *software SmartPLS 3.0* Analisa *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistika *multivariat* yang melakukan perbandingan antara variabel *dependent* berganda dan variabel *independent* berganda. PLS adalah salah satu metode statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data seperti ukuran sampel penelitian kecil maupun adanya data yang hilang (*missing values*). Evaluasi model *Patial Least Square* (PLS) dilakukan dengan evaluasi *outer model* dan evaluasi *inner model*.⁶⁷

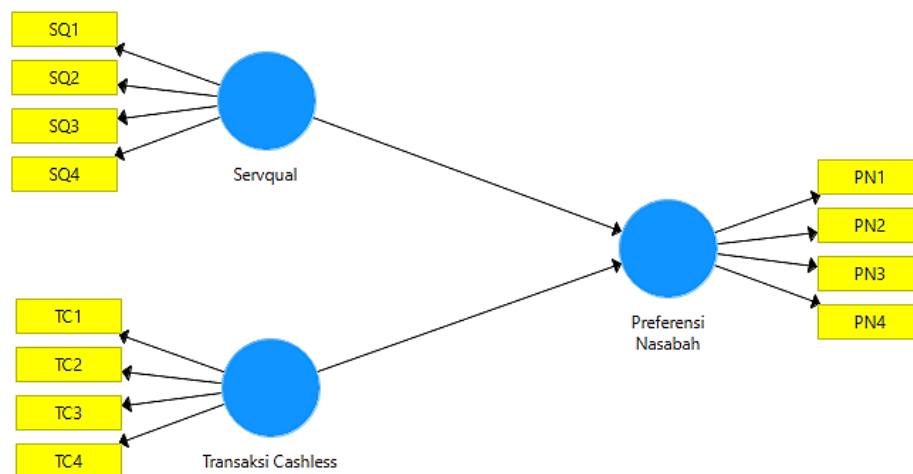
Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas yang menggunakan sampel 75 responden yang menggunakan jasa layanan *Cash Recycle Machine* (CRM) untuk dianalisis validitas dan reliabilitasnya

⁶⁷ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset.*, h. 227.

dan hasil analisis tersebut dipergunakan sebagai bahan dalam memperoleh data guna analisis lebih lanjut. Analisis perilaku preferensi masyarakat menggunakan jasa layanan setor tunai Bank Aceh Syariah Kota Langsa dianalisis menggunakan alat analisis *SmartPLS* 3.0.

4.3.1. Skema Model *Partial Least Square* (PLS)

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan Teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program *SmartPLS* 3.0. berikut ini adalah skema model program PLS yang diajukan :



Sumber: Data Primer diolah (2023)

Gambar 4. 6
Skema Model *Partial Least Square* (PLS)

4.4. Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran)

Evaluasi model pengukuran terdiri dari tiga tahap yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas komposit.

4.4.1. *Convergent Validity*

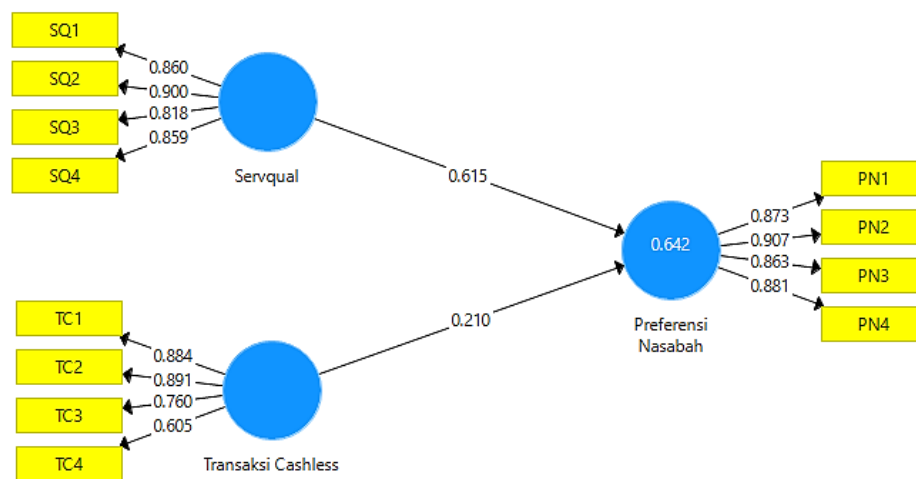
Convergent Validity dilakukan dengan melihat item *reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka

yang menunjukkan korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk indikator yang mengukur konstruk tersebut. Nilai *loading factor* lebih besar 0,7 dikatakan valid.⁶⁸

Tabel 4. 4
Nilai Outer Loading Iterasi Pertama

	Preferensi Nasabah (PN)/Y	Servqual (SQ)/X1	Transaksi Cashless (TC)/X2
PN1	0,873		
PN2	0,907		
PN3	0,863		
PN4	0,881		
SQ1		0,860	
SQ2		0,900	
SQ3		0,818	
SQ4		0,859	
TC1			0,884
TC2			0,891
TC3			0,760
TC4			0,605

Sumber: Data Primer Diolah (2023)



Sumber: Data Primer diolah (2023)

Gambar 4. 7
Output Loading Factor Pemodelan

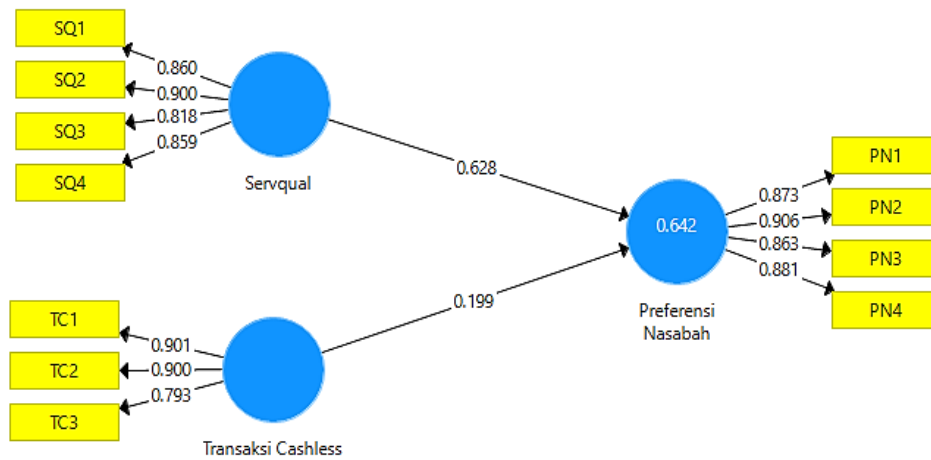
⁶⁸ *Ibid* .., h. 231.

Dari hasil pengolahan data dengan SmartPLS yang ditunjukkan pada tabel 4.4, bahwa nilai *outer loading* atau korelasi antara konstruk dengan variabel ada salah satu indikator yang nilainya $< 0,7$, yaitu pada variabel transaksi *cashless* pada indikator TC4 menunjukkan 0,605. Hal ini menunjukkan bahwa indikator variabel yang nilai *outer loading* $> 0,7$ memiliki tingkat validitas yang tinggi, sehingga memenuhi *convergent validity*. Sedangkan indikator variabel yang memiliki nilai *loading* $< 0,7$ memiliki tingkat validitas yang rendah sehingga perlu dilakukan eliminasi pada indikator TC4. Berikut nilai *outer loading* setelah dilakukan eliminasi pada indikator TC4, ditunjukkan pada tabel 4.5:

Tabel 4. 5
Nilai *Outer Loading* Iterasi Kedua

	Preferensi Nasabah (PN)/Y	Servqual (SQ)/X1	Transaksi <i>Cashless</i> (TC)/X2
PN1	0,873		
PN2	0,906		
PN3	0,863		
PN4	0,881		
SQ1		0,860	
SQ2		0,900	
SQ3		0,818	
SQ4		0,859	
TC1			0,901
TC2			0,900
TC3			0,793

Sumber: Data Primer Diolah (2023)



Sumber: Data Primer diolah (2023)

Gambar 4. 8
Output Loading Factor Pemodelan Iterasi Kedua

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai *outer loading* untuk indikator TC1, TC2 dan TC3 setelah indikator TC4 dieleminasi dan dilakukan perhitungan kembali.

4.4.2. Discriminant Validity

Discriminant Validity dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pengukuran konstruk. Suatu model pengukuran memiliki *discriminant validity* yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk lainnya. Ketentuan nilai *cross loading* harus $> 0,7$ dalam satu variabel.⁶⁹

Tabel 4. 6
Output Cross Loading

	Preferensi Nasabah (PN)/Y	Servqual (SQ)/X1	Transaksi Cashless (TC)/X2
PN1	0,873	0,697	0,602
PN2	0,906	0,745	0,693
PN3	0,863	0,692	0,674
PN4	0,881	0,657	0,567

⁶⁹ *Ibid.*, h. 231.

	Preferensi Nasabah (PN)/Y	Servqual (SQ)/X1	Transaksi Cashless (TC)/X2
SQ1	0,767	0,860	0,624
SQ2	0,603	0,900	0,718
SQ3	0,652	0,818	0,801
SQ4	0,683	0,859	0,730
TC1	0,662	0,761	0,901
TC2	0,632	0,792	0,900
TC3	0,580	0,602	0,793

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Dari hasil *cross loading* pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai korelasi kontrak dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan kontrak lainnya. Dengan demikian bahwa semua kontrak atau variabel laten sudah memiliki *discriminant validity* yang baik, dimana indikator pada blok indikator kontrak tersebut lebih baik daripada indikator di blok lainnya.

Selanjutnya *discriminant validity* dapat diketahui pula melalui metode *Average Variance Extracted (AVE)* untuk masing-masing indikator memiliki kriteria $> 0,5$ agar dikatakan valid.⁷⁰

Tabel 4. 7
Discriminant Validity Metode Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
Servqual	0,739	Valid
Transaksi <i>Cashless</i>	0,751	Valid
Preferensi Nasabah	0,776	Valid

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan data pada tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa nilai AVE dari variabel Servqual, Transaksi *Cashless* dan Preferensi Nasabah lebih besar

⁷⁰ *Ibid.*, h. 232.

dari 0,5 ($> 0,5$). Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

4.4.3. Unidimensionality

Unidimensionality dilakukan dengan menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Data yang memiliki *composite reliability* $> 0,7$ mempunyai reliabilitas yang tinggi. Sedangkan uji reliabilitas yang diperkuat dengan *Cronbach's Alpha* nilai yang diharapkan $> 0,6$ untuk semua konstruk.⁷¹

Tabel 4. 8
Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Konstrak	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Servqual	0,882	0,919	Reliabel
Transaksi <i>Cashless</i>	0,832	0,900	Reliabel
Preferensi Nasabah	0,904	0,933	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan data pada tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa seluruh variabel-variabel laten yang diukur dalam penelitian ini memiliki *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dibandingkan dengan 0,7 dan 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel laten reliabel.

4.5. Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)

Setelah pengujian outer model yang telah memenuhi, berikutnya dilakukan pengujian inner model (model structural). Evaluasi model ini dilakukan menggunakan *Coefficient Determination* (R^2), Uji Kebaikan (*Goodness of Fit*), dan Uji Hipotesis (*Direct Effect* dan *Indirect Effect*).⁷²

⁷¹ *Ibid.*, h. 232.

⁷² *Ibid.*, h. 232.

4.5.1. Coefficient Determination (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel endogen. hasil R^2 sebesar 0,67 ke atas untuk variabel laten dependen dalam model *structural* mengidentifikasi pengaruh variabel *independent* (yang mempengaruhi) terhadap variabel dependen (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori baik Sedangkan jika hasilnya sebesar 0,33-0,67 maka termasuk kategori sedang, dan jika hasilnya sebesar 0,19-0,33 maka termasuk dalam kategori lemah.⁷³

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 3.0 diperoleh nilai *R-Square* sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Koefisien Determinasi

	<i>R-Square (R^2)</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Preferensi Nasabah	0,642	0,632

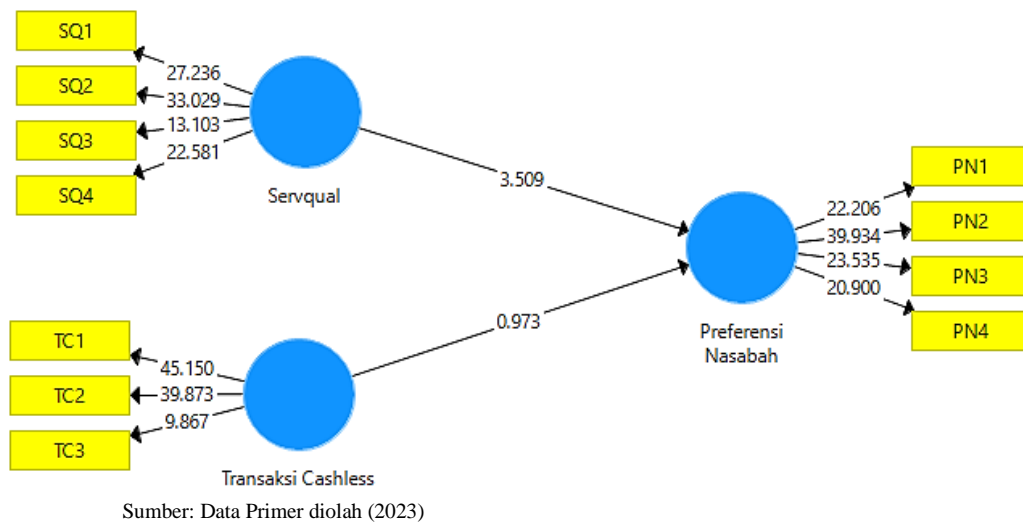
Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa, Tabel *R-Square* yang digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel *Servqual* dan *Transaksi Cashless* terhadap *Preferensi Nasabah* dengan nilai sebesar 0,642 dan dinyatakan memiliki nilai sedang. Atau dengan penjelasan lain, *servqual* dan *transaksi cashless* mampu menjelaskan variabilitas konstruk *preferensi nasabah* sebesar 64%, dan sisanya sebesar 36% diterangkan oleh konstruk lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini.

4.6. Uji Hipotesis

⁷³ Chin, W, And Todd P., 'On The Use, Usefulness, And Ease Of Use Of Structural Equation Modeling In Mis Research: A Note Of Caution.', *Journal Of Management Information System Quarterly*, 5, 9 (1995).

Pengujian Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian *Inner Model* (model struktural) yang meliputi output R-square, koefisien parameter dan T-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak diantaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, T-statistik, dan *P-values*. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SmartPLS (*Partial Least Square*) 3.0. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *Bootstrapping. Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik > 1,96 dengan tingkat signifikansi *p-value* 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif.⁷⁴ Nilai pengujian hipotesis penelitian ini dapat ditunjukkan pada Tabel 4.9 dan untuk hasil model penelitian ini dapat digambarkan seperti tampak pada Gambar 4.8:



Gambar 4. 9
Hasil Model Penelitian

⁷⁴ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset.*, h. 232.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Hipotesis Melalui *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistics ((O/STDEV))	P-Values
Servqual -> Preferensi Nasabah	0,628	0,637	0,179	3,509	0,000
Transaksi <i>Cashless</i> -> Preferensi Nasabah	0,199	0,197	0,205	0,973	0,331

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Hipotesis pertama menguji apakah Servqual secara positif berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien beta Servqual terhadap Prefrensi Nasabah sebesar 0,628 dan T-statistik yaitu sebesar 3,509. Dari hasil ini dinyatakan t-statistik signifikan, karena $> 1,96$ dengan p-value $< 0,05$ sehingga **hipotesis pertama diterima**. Hal tersebut membuktikan bahwa Servqual terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Preferensi Nasabah.

Hipotesis kedua menguji apakah transaksi *cashless* secara positif berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien beta transaksi *cashless* terhadap Prefrensi Nasabah sebesar 0,199 dan T-statistik yaitu sebesar 0,973. Dari hasil ini didapatkan t-statistik tidak signifikan, karena $< 1,96$ dengan p-value $> 0,05$ sehingga **hipotesis kedua ditolak**. Hal tersebut membuktikan bahwa Transaksi *Cashless* tidak terbukti memiliki pengaruh positif terhadap Preferensi Nasabah.

Tabel 4. 11
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis		Hasil	Keterangan
H1	Servqual secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah	Koef. Beta = 0,628 T-Statistic = 3,509 P-Value = 0,000	Diterima

Hipotesis		Hasil	Keterangan
H2	Transaksi <i>Cashless</i> secara positif dan tidak signifikan berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah	Koef. Beta = 0,199 T-Statistic = 0,973 P-Value = 0,331	Ditolak

Sumber: Data Primer diolah (2023)

4.7. Interpretasi Hasil Penelitian

Dengan melibatkan 75 responden, memberikan hasil mengenai perilaku preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai melalui *Cash Recycle Machine* pada Bank Aceh Syariah di Kota Langsa. Hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

4.7.1. Pengaruh Variabel *Service Quality* Terhadap Preferensi Masyarakat dalam Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Melalui *Cash Recycle Machine*

Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa t-statistik sebesar 3,509 > 1,96 dengan p-value 0,000 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *servqual* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan *cash recycle machine*. Semakin tinggi tingkat kualitas layanan CRM maka semakin tinggi juga tingkat kebutuhan penggunaan fasilitas CRM, dan sebaliknya jika semakin rendah kualitas layanan CRM maka semakin rendah juga tingkat kebutuhan penggunaan fasilitas CRM. Hasil temuan ini di perkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2019) yang menyimpulkan bahwa indikator dari *service quality* berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan jasa layanan setor tunai.⁷⁵

⁷⁵ Aulia Putri, 'Preferensi Masyarakat Kabupaten Serdang Bedagai Terhadap Minat Menabung Pada Bank Syariah', 2019 <<http://repository.uinsu.ac.id/6946/>>.

Sedangkan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiaston (2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dimana nilai sig. $< 0,05$.⁷⁶ Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan ATM sangat membantu nasabah dalam transaksi.

4.7.2. Pengaruh Variabel Transaksi *Cashless* Terhadap Preferensi Masyarakat dalam Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Melalui *Cash Recycle Machine*

Berdasarkan hasil pengujian membuktikan bahwa t-statistik sebesar 0,973 $> 1,96$ dengan p-value 0,331 $> 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel transaksi *cashless* berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan *cash recycle machine*, sehingga hipotesis ini ditolak. Semakin rendah penggunaan transaksi *cashless*, maka tingkat kebutuhan CRM akan semakin rendah juga. Hasil tersebut dikarenakan sebagian besar responden masih kurangnya literasi mengenai transaksi *cashless* sehingga masih banyak dari responden yang melakukan pembayaran melalui *cash money*. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muchtaram (2019), dimana dalam hasil penelitiannya literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran non tunai.⁷⁷

Kemudian sebagian responden sudah merasa cukup puas dengan adanya fasilitas CRM pada bank, dengan adanya fasilitas CRM dapat membantu

⁷⁶ Agus Wiaston and Ferra Eka Ramadhan, 'Pengaruh Kualitas Layanan Atm Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kcp "Bank Bri Malang"', *Journal Koperasi dan Manajemen*, 2.1 (2021).

⁷⁷ Karimah Mafisah Muchtaram, 'Peran Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Pembayaran Non Tunai: Perluasan Teori Technology Acceptance Model', (2019), <<https://www.researchgate.net/publication/339711561>>.

memenuhi kebutuhan nasabah. Tetapi fasilitas CRM tidak hanya digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi *cashless* tetapi sebagian besar nasabah menggunakan fasilitas CRM untuk melakukan setoran tunai ke rekening ataupun menabung ke rekening nasabah, melakukan penarikan uang tunai, transfer antar rekening, juga melakukan transfer antar bank dan terkadang nasabah hanya melakukan pengecekan saldo saja dengan mesin CRM.⁷⁸ Hasil tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Monica (2021), dimana dalam hasil penelitiannya *e-money* sebagai media transaksi non-tunai berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa.⁷⁹

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yutaviando (2019), yang menunjukkan bahwa indikator transaksi *cashless* berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk bertransaksi.⁸⁰

4.7.3. Pengaruh Servqual dan Transaksi *Cashless* Terhadap Preferensi Masyarakat dalam Menggunakan Jasa Layanan Setor Tunai Melalui *Cash Recycle Machine*

Berdasarkan angka *R-Square* atau koefisien determinasi yang digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel servqual dan transaksi *cashless* terhadap preferensi nasabah dengan nilai sebesar 0,642 artinya sebesar 64% variansi preferensi masyarakat menggunakan CRM dipengaruhi oleh variabel

⁷⁸ PT. Bank Aceh Syariah, *Laporan Tahunan 2021* <Www.Bankaceh.Co.Id>.

⁷⁹ Yolania Monica, 'Pengaruh Pendapatan Dan Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Konsumsi Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Febi*, 10.1 (2021).

⁸⁰ Abi Yutaviando, 'Analisa Determinan Preferensi Transaksi Non-Tunai (Studi Kasus Penggunaan E-Money Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Febi*, 7.2 (2019) <<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5625>>.

servqual dan transaksi *cashless*. Sedangkan sisanya 36% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2019) yang mengungkapkan bahwa variabel pemahaman dan aksesibilitas penggunaan *cash deposit machine* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah.⁸¹ Dan Saudah (2018) yang mengkaji tentang Preferensi Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin Terhadap Penggunaan Layanan *Cash Deposit Machine*,⁸² yang mengungkapkan bahwa pada aspek *tangibles* dan *assurance* memberikan pengaruh signifikan, sedangkan *reliability*, *responsiveness* dan *emphaty* tidak memberikan pengaruh pada penggunaan layanan *cash deposit machine*.

⁸¹ Sri Yuliani, 'Pengaruh Pemahaman Dan Aksesibilitas Penggunaan Cash Deposit Machine Terhadap Peningkatan Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)' (unpublished Thesis, UIN Ar-Raniry, 2019) <<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10730/>>.

⁸² Siti Saudah, 'Preferensi Nasabah Bni Syariah Kantor Cabang Banjarmasin Terhadap Penggunaan Layanan Cash Deposit Machine', *Institutional Digital Repository*, 2018 <<http://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/10644/>>.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan

1. Variabel *servqual* dan transaksi *cashless* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai CRM. Hal ini dibuktikan dengan nilai *R-Square* atau koefisien determinasi yaitu sebesar 0,642 atau sebesar 64%. Selain itu, berdasarkan preferensi nasabah yang menggunakan jasa layanan CRM Bank Aceh Syariah, karena adanya pertimbangan dari aspek kepentingan nasabah, kepercayaan akan fasilitas layanan serta pengalaman nasabah setelah melakukan transaksi melalui fasilitas CRM. Kemudian pertimbangan dari aspek layanan serbaguna dan berkualitasnya jasa layanan CRM dan menjawab kebutuhan serta keinginan nasabah.
2. Variabel *servqual* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai CRM. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar $3,509 > 1,96$. Selain itu, berdasarkan preferensi nasabah yang menggunakan jasa layanan CRM Bank Aceh Syariah, karena adanya pertimbangan dari aspek keandalannya, jaminan, bukti fisik dan daya tanggap jasa layanan tersebut.
3. Variabel transaksi *cashless* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku preferensi masyarakat dalam menggunakan jasa layanan setor tunai

CRM. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-statistik sebesar $0,973 < 1,96$. Selain itu, berdasarkan preferensi nasabah yang menggunakan jasa layanan CRM Bank Aceh Syariah, karena adanya pertimbangan dari aspek kemudahan penggunaan mesin, keamanan saat bertransaksi serta manfaat dari penggunaan mesin CRM.

5.2. Saran

Karena keterbatasan penelitian ini, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengatasi keterbatasan penelitian ini. Penulis memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi semua pihak. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah, perusahaan harus memperhatikan hal yang berkaitan, semakin tinggi tingkat layanan jasa perusahaan pada pengguna CRM maka semakin tinggi pula tingkat preferensi nasabah.
2. Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan indikasi lebih lanjut tentang perilaku preferensi masyarakat pada penggunaan CRM dan lebih banyak wawasan/informasi bagi pihak-pihak yang tertarik serta berkepentingan.
3. Penelitian ini merupakan sarana yang memungkinkan untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menerapkan teori yang ada pada situasi nyata.
4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan dan melanjutkan penelitian, dan penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi penelitian ini dengan meneliti serta

mengkaji kembali dan mengganti maupun menambah situs maupun item, serta memperbarui lagi lokasi lainnya yang akan diteliti.