

**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE*
TECHNOLOGY TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PENGGUNA
LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Pada Masyarakat Kota Langsa)**

Skripsi

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

Oleh :

NABILA NUR HAZIZAH

NIM 4012021004



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BANK SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat Kota Langsa)**

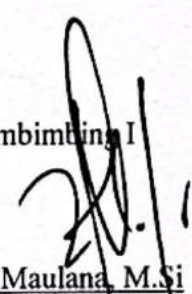
Oleh:

Nabila Nur Hazizah
4012021004

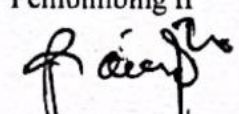
Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu
Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program
Studi Perbankan Syariah

Langsa, 28 Januari 2026

Pembimbing I

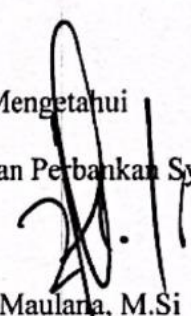

Zefri Maulana, M.Si
NIP. 19861001 201903 1 006

Pembimbing II


Rafiza Zuliani, M.Sh
NIP. 19890626 202521 2 059

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Zefri Maulana, M.Si
NIP. 19861001 201903 1 006

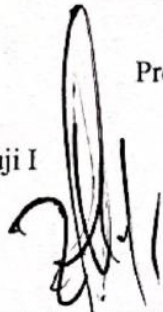
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Langsa)” an Nabila Nur Hazizah, NIM 4012021004 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 25 Februari 2026. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 25 Februari 2026

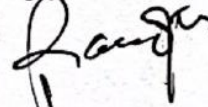
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I



Zefri Maulana, M.Si
NIP. 19861001 201903 1 006

Penguji II



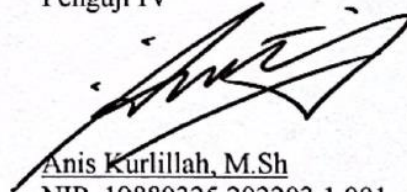
Rafiza Zuliani, M.Sh
NIP. 19890626 202521 2 059

Penguji III



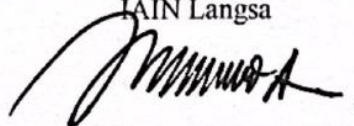
Chahayu Astina, M.Si
NIP. 19841123 201903 2 007

Penguji IV



Anis Kurlillah, M.Sh
NIP. 19880325 202203 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Muhammad Amin, M.A
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nabila Nur Hazizah
Nim : 4012021004
Tempat/tgl.Lahir : Langsa, 07 Febuari 2003
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Dusun Jati, Desa Tualang Teungoh, Kec Langsa
Kota, Kab Kota Langsa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Langsa)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 28 Januari 2026
Yang membuat pernyataan

Materai 10.000

Nabila Nur Hazizah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: fa inna ma’al- ‘usri yusri, inna ma’al-usri yusra”.

(QS. Al-Insyirah 94: 5-6)

Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirmu, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.

-Umar bin Khattab-

Jangan takut jatuh, sebab yang tak pernah memanjatlah yang tak pernah jatuh.
Jangan takut gagal, karena yang tak pernah gagal hanyalah mereka yang tak pernah melangkah. Dan jangan takut salah, sebab dari kesalahan pertama, kita bisa belajar menemukan jalan yang benar di langkah berikutnya.

- Buya Hamka -

Puji dan syukur atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, pemahaman serta kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong sektor perbankan untuk melakukan transformasi layanan guna meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Digitalisasi perbankan memungkinkan masyarakat memperoleh layanan yang lebih cepat, mudah, dan fleksibel tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Namun, dalam praktiknya, tidak semua layanan digital perbankan mampu memberikan tingkat kepuasan yang optimal karena masih ditemui berbagai kendala, seperti gangguan sistem, keterbatasan akses jaringan, serta kurangnya pemahaman masyarakat dalam menggunakan layanan digital. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya evaluasi terhadap penerapan layanan digital perbankan agar dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digitalisasi perbankan melalui *Self Service Technology* yang meliputi *Automatic Teller Machine*, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking* terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria masyarakat yang telah menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan instrumen skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Automatic Teller Machine* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat dengan nilai thitung $2,377 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. *Mobile Banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat dengan nilai thitung sebesar $1,802 < 1,984$ dan nilai signifikansi $0,075 > 0,05$. Sementara itu, *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat dengan nilai thitung sebesar $4,648 > 1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, *Automatic Teller Machine*, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat, yang ditunjukkan dengan nilai Fhitung sebesar $13,304 > F_{tabel} 2,69$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia perlu mempertahankan kualitas layanan *Automatic Teller Machine* dan *Internet Banking* serta melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap layanan *Mobile Banking* guna meningkatkan kepuasan masyarakat pengguna layanan digital.

Kata kunci: *Automatic Teller Machine*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, Kepuasan, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

The development of digital technology has encouraged the banking sector to transform its services to improve operational efficiency and customer satisfaction. Banking digitalization allows customers to access faster, easier, and more flexible services without having to visit a bank branch. However, in practice, not all digital banking services provide optimal satisfaction due to various obstacles, such as system disruptions, limited network access, and a lack of understanding of digital services. This situation indicates the need to evaluate the implementation of digital banking services to maximize benefits for the community. This study aims to determine the effect of banking digitalization through Self-Service Technology, including Automatic Teller Machines, Mobile Banking, and Internet Banking, on customer satisfaction among Bank Syariah Indonesia digital service users in Langsa City. This study used a quantitative approach with a survey method. The sample size was 100 respondents, determined using the Lemeshow formula through a purposive sampling technique, with the criteria being customers who have used Bank Syariah Indonesia digital services. Data were collected through a questionnaire with a Likert scale instrument. The data analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS 22 application. The results of the study indicate that partially Automatic Teller Machine has a positive and significant effect on public satisfaction with a t-value of $2.377 > 1.984$ and a significance value of $0.019 < 0.05$. Mobile Banking does not have a significant effect on public satisfaction with a t-value of $1.802 < 1.984$ and a significance value of $0.075 > 0.05$. Meanwhile, Internet Banking has a positive and significant effect on public satisfaction with a t-value of $4.648 > 1.661$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, Automatic Teller Machine, Mobile Banking, and Internet Banking have a significant effect on public satisfaction, which is indicated by an F-value of $13.304 > F\text{-table } 2.69$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The implications of this research indicate that Bank Syariah Indonesia needs to maintain the quality of Automatic Teller Machine and Internet Banking services and conduct evaluations and developments on Mobile Banking services to increase the satisfaction of digital service users.

Keywords: Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Internet Banking, Satisfaction, Bank Syariah Indonesia.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Langsa)**" skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, M.A, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa, yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan studi di universitas ini.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menempuh pendidikan di kampus tercinta ini..
3. Bapak Zefri Maulana, M.Si, selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah sekaligus Pembimbing I yang telah yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing penulis dengan sabar.

4. Ibu Rafiza Zuliani, M.Sh, selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar memberikan bimbingan, kritik, dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen IAIN Langsa, khususnya di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan ilmu, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan, yang menjadi bekal penting dalam penyusunan skripsi ini.
7. Yang paling utama kepada orang tua tercinta, yang selalu mengusahakan, memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan semangat yang tiada henti kepada penulis. Segala pencapaian yang diraih penulis hingga saat ini tak lepas dari peran dan doa orang tua. Terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.
8. Kepada kakak perempuan penulis, terima kasih atas dukungannya serta kasih sayang yang diberikan kepada penulis
9. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah unit 2 tahun ajaran 2021 yang telah memberikan bantuan dan kebersamaan selama penulis melaksanakan studi di Universitas ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis tulis satu per satu yang telah berkontribusi dalam perkuliahan dan penyelesaian skripsi penulis.

Langsa, 28 Januari 2026

Nabila Nur Hazizah
NIM 4012021004

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3. Batasan Penelitian.....	14
1.4. Rumusan Masalah.....	14
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1. Tujuan Penelitian	14
1.5.2. Manfaat Penelitian	15
1.6. Penjelasan Istilah	16
1.7. Sistematika Penulisan	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1. Kepuasan Pengguna.....	20
2.1.1. Cara Mengevaluasi Kepuasan Pengguna	21
2.1.2 Indikator kepuasan Pengguna	21
2.2. <i>Self Service Technology</i>	22
2.2.1. <i>Automatic teller machine (ATM)</i>	23
2.2.2. Indikator Kepuasan Pengguna ATM.....	24
2.2.3. <i>Mobile Banking</i>	27
2.2.4. Indikator Kepuasan Pengguna <i>Mobile Banking</i>	28

2.2.5. <i>Internet Banking</i>	30
2.2.6. Indikator Kepuasan Pengguna <i>Internet Banking</i>	31
2.3 Perbedaan Layanan <i>Automatic Teller Machine, Mobile Banking, dan Internet Banking</i> sebagai <i>Self Service Technology</i>	32
2.4. Hubungan <i>Self-Service Technology</i> Terhadap Kepuasan Pengguna	35
2.4.1. Hubungan <i>Automatic Teller Machine</i> Terhadap Kepuasan	36
2.4.2. Hubungan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan.....	36
2.4.3. Hubungan <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan	37
2.5. Penelitian Terdahulu.....	38
2.6. Kerangka Berpikir	41
2.7. Hipotesis Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1. Pendekatan Penelitian.....	45
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.3. Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1. Populasi	45
3.3.2. Sampel.....	45
3.4. Sumber Data Penelitian	46
3.5. Instrumen Pengumpulan Data	47
3.6. Definisi Operasional Variabel	48
3.7. Teknik Analisa Data	49
3.7.1. Uji Instrumen	49
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.3. Uji Ketepatan Model.....	51
3.7.4. Analisis Regresi Linier Berganda	52
3.7.5. Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	54
4.2 Deskripsi Data Penelitian	56
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	59
4.3.1 Uji Validasi	59

4.3.2 Uji Reliabilitas	63
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1 Uji Normalitas	64
4.4.2 Uji Multikolinieritas	66
4.4.3 Heterokedastisitas	67
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	69
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi	69
4.6.2 Uji T-Statistik (Parsial).....	70
4.6.3 Uji F (Uji Simultan).....	71
4.7 Interpretasi Hasil Penelitian	72
4.7.1 Pengaruh Layanan ATM Terhadap Kepuasan Masyarakat Pegguna Layanan Digital Perbankan Melalui <i>Self Rervice</i> <i>Technology</i> Pada Bank Syariah Indonesia	72
4.7.2 Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Perbankan Melalui <i>Self</i> <i>Rervice Technology</i> Pada Bank Syariah Indonesia.....	74
4.7.3 Pengaruh Layanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Perbankan Melalui <i>Self</i> <i>Rervice Technology</i> Pada Bank Syariah Indonesia.....	76
4.7.4 Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui <i>Self Service Technology</i> Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.....	78
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan ATM, <i>Mobile Banking</i> , dan <i>Internet Banking</i>	33
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Jawaban Angket dengan Skala Likert.....	47
Tabel 3.2 Definisi Operasional	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi (R ²)	69
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4.1 Kurva Normal P-Plot.....	64
Gambar 4.2 Histogram	65
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedstatistas	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi Informasi dan Komunikasi saat ini merupakan aspek yang berperan penting dalam banyak bidang dan dapat berguna. Saat ini, teknologi informasi dan komunikasi, atau ICT, sangat penting di banyak bidang dan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pembangunan suatu bangsa. Ini adalah elemen yang mempunyai kekuatan untuk mengangkat reputasi suatu negara, bahkan sampai pesaing asing berupaya melakukan hal tersebut. Ini dapat menjadi metode untuk mengungkap kemajuan di suatu negara. Teknologi Informasi dan Komunikasi merupakan aspek yang mampu menaikkan citra bangsa, bahkan sampai internasional berlomba-lomba untuk meningkatkannya.¹

Teknologi dirancang untuk mengolah data dengan berbagai cara sehingga informasi berkualitas tinggi dapat diperoleh. Penggunaan teknologi ini tersebar luas di masyarakat. Layanan perbankan digital merupakan hasil dari perubahan yang disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi. Layanan keuangan digital adalah layanan yang memanfaatkan media seperti telepon seluler dan internet.

Meningkatnya penggunaan internet untuk bisnis dan perdagangan sebagai saluran komunikasi dan interaksi antara bisnis dan individu merupakan bukti keberadaan ekonomi digital. Layanan keuangan digital mencakup berbagai metode pembayaran dan layanan keuangan yang dapat diakses dan dikelola

¹ Miarso, Y, (2005), Perubahan Paradigma Pendidikan Peran Teknologi Pendidikan dalam Penyampaian Misi dan Informasi Pendidikan dalam Menyamai Benih Teknologi Pendidikan.

melalui situs web atau ponsel pintar. Layanan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pengguna dan kinerja operasional. Akibatnya, bank perlu meningkatkan rencana layanan perbankan digital mereka. Dengan internet yang memiliki pengaruh besar pada berbagai aktivitas berbasis digital di dunia maya, kemajuan teknologi mulai diterapkan secara luas pada berbagai kebutuhan dan aktivitas manusia.

Industri perbankan global, khususnya perbankan syariah, telah sangat terpengaruh oleh kemajuan teknologi digital baru-baru ini. Di Indonesia, transformasi digital pada sektor perbankan mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan *smartphone*. Bank Indonesia melalui *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025* menegaskan pentingnya digitalisasi dalam menciptakan sistem pembayaran yang efisien, inklusif, dan dapat diandalkan.²

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), volume transaksi perbankan digital di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya sesuai dengan perubahan kebiasaan masyarakat yang semakin terbiasa melakukan transaksi non tunai. Hal ini menunjukkan bagaimana digitalisasi perbankan telah berkembang menjadi elemen penting dalam mendorong inklusi keuangan dan meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap layanan perbankan.³

Perbankan syariah sebagai bagian dari sistem keuangan nasional juga tidak terlepas dari arus digitalisasi. Pada tahun 2021, tiga bank syariah milik negara

² Bank Indonesia, *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025* (Jakarta: Bank Indonesia, 2019).

³ Ahmad Zaki, *Digitalisasi Perbankan Syariah: Inovasi dan Tantangan* (Yogyakarta: UII Press, 2022), hlm. 67.

(BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah) bergabung menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI), menjadikan transformasi digital sebagai strategi utama dalam mengembangkan layanan kepada masyarakat. Sejak awal berdiri, BSI memposisikan diri sebagai bank syariah modern dengan layanan digital terintegrasi. Hal ini tercermin dalam hadirnya berbagai inovasi seperti *BSI Mobile, internet banking*, integrasi *QRIS*, hingga peluncuran *SuperApp BYOND* by BSI pada tahun 2024 yang menggabungkan layanan keuangan, gaya hidup, dan fitur ibadah dalam satu aplikasi. Inovasi tersebut memperlihatkan komitmen BSI dalam menghadirkan layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah, menawarkan pemenuhan spiritual kepada konsumen di samping memenuhi kebutuhan finansial mereka.⁴

Penggunaan layanan digital perbankan syariah juga dapat ditemukan pada masyarakat Kota Langsa, Provinsi Aceh. Sebagian masyarakat telah terbiasa menggunakan layanan digital BSI. BSI menghadirkan berbagai inovasi teknologi untuk memberikan kemudahan bagi pengguna di antaranya melalui penerapan *self service technology* (SST), secara spesifik, teknologi yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi sendiri tanpa memerlukan komunikasi langsung dengan staf bank. Kehadiran SST memberikan keleluasaan bagi masyarakat dalam mengakses layanan perbankan secara lebih praktis, efisien, dan

⁴ Detik Finance, *BYOND By BSI Diluncurkan, Ini 3 Fitur Utamanya*, 9 November 2024, diakses dari <https://finance.detik.com/moneter/d-7630375/byond-by-bsi-diluncurkan-ini-3-fitur-utamanya>

fleksibel, sehingga menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan masyarakat.⁵

Dalam konteks perbankan, SST diwujudkan melalui berbagai media, di antaranya mesin *Automatic Teller Machine* (ATM), aplikasi *mobile banking*, serta layanan *internet banking*. Ketiga bentuk layanan ini telah menjadi pilar utama digitalisasi BSI dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Keberadaan layanan ini telah membantu masyarakat menghemat waktu dan biaya. Namun, tidak dapat dipungkiri masih terdapat masyarakat yang merasa kurang puas akibat adanya kendala seperti gangguan jaringan, keterbatasan literasi digital, maupun persepsi terhadap kualitas layanan yang belum merata. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai sejauh mana digitalisasi perbankan melalui SST benar-benar mampu memberikan kepuasan bagi masyarakat pengguna layanan digital BSI di Kota Langsa.

Dalam konteks kepuasan masyarakat, layanan digital yang dikembangkan oleh BSI berperan penting dalam meningkatkan kenyamanan dan efisiensi transaksi. Layanan digital ini tidak hanya mencakup fitur finansial seperti transfer dana, pengisian ulang dompet digital, pembelian kredit, dan pembayaran tagihan, tetapi juga layanan yang bernuansa religius seperti pembayaran zakat, infaq, dan wakaf secara digital. Dengan demikian, BSI mampu menghadirkan nilai tambah bagi pengguna, karena selain memperoleh kemudahan dalam aspek ekonomi, mereka juga dapat memenuhi kewajiban religius sesuai prinsip syariah dengan lebih praktis. Meskipun demikian, tingkat kepuasan masyarakat tetap dipengaruhi

⁵ Mary Jo Bitner, Amy L. Ostrom, and Matthew L. Meuter, "Implementing Successful Self-Service Technologies," *Academy of Management Executive* Vol. 16, No. 4 (2002): hlm. 96.

oleh berbagai kendala teknis dan non-teknis, yang menjadi dasar penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.⁶

Kepuasan masyarakat dalam menggunakan layanan digital perbankan tidak terlepas dari berbagai faktor yang berkaitan dengan kualitas teknologi yang dihadirkan oleh bank, khususnya layanan berbasis SST, yaitu ATM, *mobile banking* dan *internet banking*.

ATM merupakan salah satu bentuk SST yang paling awal hadir dalam dunia perbankan dan hingga kini tetap menjadi layanan penting. ATM merupakan mesin elektronik yang dirancang untuk memberikan layanan perbankan dasar secara otomatis kepada pengguna. Melalui ATM pengguna dapat melakukan Aktivitas keuangan meliputi pembayaran tagihan utilitas, transfer uang antar rekening, penarikan tunai, dan pengecekan saldo, telepon, hingga pembelian pulsa.

Kepuasan pengguna dalam menggunakan ATM dipengaruhi oleh faktor kemudahan akses lokasi, kecepatan transaksi, ketersediaan uang tunai, dan keandalan mesin. Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) dalam teori *SERVQUAL* menjelaskan bahwa keandalan (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*) merupakan dimensi penting dalam kualitas layanan yang berdampak pada kepuasan pengguna.⁷ Penelitian Ahmad Putra mengungkapkan

⁶Siti Fatimah, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Digital Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 8, No. 2 (2023): hlm. 112.

⁷ Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press, 1990.

bahwa kualitas layanan ATM, seperti ketersediaan mesin dan minimnya gangguan teknis, berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.⁸

Kehadiran ATM meningkatkan kenyamanan masyarakat karena dapat diakses selama 24 jam, namun kendala seperti keterbatasan jumlah mesin, mesin rusak, Tombol mesin ATM rusak dan kartu ATM tertelan atau kehabisan uang tunai sering menjadi faktor yang mengurangi kepuasan pengguna.

Hasil wawancara dengan Rizcy pengguna ATM di Kota Langsa mengungkapkan permasalahan dalam penggunaan ATM:

“Pada layar mesin ATM tampak seperti biasa dan tidak ada pemberitahuan bahwa ATM sedang ada gangguan. Tapi saat saya gunakan, kartu ATM saya tertelan dan tidak bisa diambil kembali. Setelah itu baru muncul pemberitahuan kalau ATM sedang gangguan”⁹

Permasalahan kedua yang diungkapkan oleh Dewi pengguna ATM di Kota Langsa menyatakan bahwa:

“Mesin ATM terkadang mengalami gangguan jaringan yang menyebabkan transaksi gagal, namun saldo pada rekening telah terpotong. Kondisi tersebut menimbulkan kekhawatiran pengguna terhadap keandalan layanan ATM.”¹⁰

Selain itu, permasalahan lain yang sering dialami pengguna adalah ketersediaan uang tunai pada mesin ATM. Beberapa informan mengeluhkan bahwa mesin ATM sering kehabisan uang. Hal ini diungkapkan oleh Juliana sebagai berikut:

⁸ Putra, Ahmad. “Pengaruh Kualitas Layanan ATM terhadap Kepuasan Pengguna.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 12, No. 2 (2021): 101–112.

⁹ Wawancara dengan Rizcy, pengguna ATM Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Mei 2025.

¹⁰ Wawancara dengan Dewi, pengguna ATM Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Mei 2025.

“Mesin ATM sering kehabisan uang tunai, terutama pada akhir pekan dan hari libur. Akibatnya, harus mencari mesin ATM lain untuk melakukan penarikan tunai, yang dinilai tidak efisien dan menyita waktu.”¹¹

Bentuk SST yang lain ialah *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan perbankan elektronik yang memungkinkan pelanggan untuk menggunakan aplikasi resmi bank di ponsel pintar atau perangkat seluler mereka untuk melakukan berbagai operasi keuangan. Layanan ini mampu memberikan kemudahan akses di mana saja dan kapan saja, hanya dengan koneksi internet. Bank Syariah Indonesia menghadirkan aplikasi BSI *Mobile* yang menyediakan berbagai fitur, mentransfer uang antar rekening dan bank, membayar tagihan utilitas, air, telepon, dan internet, membeli pulsa atau paket data, dan menambahkan uang ke dompet digital.¹²Selain itu, aplikasi ini juga mengintegrasikan layanan keagamaan seperti pembayaran zakat, infak, sedekah, dan wakaf, yang membedakan layanan perbankan syariah dari bank konvensional.¹³

Dengan berbagai keunggulannya, *Mobile banking* menjadi faktor yang juga dapat mempengaruhi kepuasan masyarakat pengguna di samping ATM. Faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna melalui *mobile banking* meliputi kemudahan penggunaan (*ease of use*), kecepatan transaksi, keamanan sistem, dan kelengkapan fitur. Menurut Davis (1989) Model Adopsi Teknologi (TAM), faktor utama yang memengaruhi adopsi dan kepuasan konsumen terhadap suatu

¹¹ Wawancara dengan Juliana, pengguna ATM Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Mei 2025.

¹²Nur Aisyah, “Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah,” *Jurnal Perbankan Syariah* Vol. 6, No. 1 (2022): hlm. 55.

¹³Mallat, Rossi, and MTuunainen. 2004. “Mobile Banking Services.” *Communication of the ACM* 47(1):42–46.

teknologi adalah kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan.¹⁴ Penelitian oleh Aisyah menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi *mobile banking* digunakan dan semakin cepat transaksi dapat diselesaikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna bank syariah.¹⁵

Namun disamping keunggulannya, masih terdapat pula kelemahan-kelemahandalam layanannya berupasing eror ketika bertransaksi, gangguan teknis pada aplikasi, kesulitan login, atau rendahnya literasi digital bagi sebagian masyarakat. Hasil Wawancara dengan Febi pengguna di Kota Langsa mengungkapkan permasalahan transaksi dalam penggunaan *mobile banking* :

*“Saya mau transfer uang dari mobile banking ke aplikasi DANA. Setelah selesai, uangnya tidak masuk ke DANA, tapi saldo di mobile banking sudah terpotong. Saya sudah hubungi CS lalu disuruh ke kantor cabang terdekat. Masalah baru selesai satu hari kemudian. Padahal uang itu penting dan dibutuhkan segera”*¹⁶

Permasalahan kedua yang diungkapkan oleh Malik pengguna *Mobile Banking* di Kota Langsa menyatakan bahwa:

*“Aplikasi Mobile Banking terkadang sulit diakses atau mengalami gangguan sistem, sehingga tidak dapat melakukan transaksi pada saat dibutuhkan. Gangguan ini dinilai mengurangi keandalan layanan Mobile Banking.”*¹⁷

Permasalahan lain yang diungkapkan oleh Sarial pengguna *Mobile Banking* di Kota Langsa menyatakan bahwa:

“bahwa aplikasi Mobile Banking terkadang logout secara otomatis saat sedang digunakan. Menyatakan bahwa kondisi tersebut mengharuskan

¹⁴ Davis, F.D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3 (1989): 319–340.

¹⁵ Aisyah, Nur. “Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah.” *Jurnal Perbankan Syariah* Vol. 6, No. 1 (2022): 55–67.

¹⁶ Wawancara peneliti dengan Malik., pengguna layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Mei 2025

¹⁷ Wawancara peneliti dengan Fitri., pengguna layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Mei 2025

pengguna melakukan login ulang dan mengulang transaksi, sehingga dinilai mengganggu kenyamanan dan memperlambat proses transaksi”¹⁸

Di samping ATM dan *mobile banking*, *internet banking* juga merupakan bentuk SST hal ini memengaruhi tingkat kepuasan masyarakat umum terhadap layanan digital. Perbankan internet adalah jenis perbankan daring yang dapat diakses menggunakan aplikasi perbankan di komputer atau ponsel pintar. Transaksi keuangan secara real-time, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk, dan pengecekan informasi rekening, dimungkinkan melalui layanan ini.¹⁹ Dalam praktiknya, *internet banking* sering digunakan oleh pengguna dengan kebutuhan transaksi lebih kompleks, terutama pengguna korporasi, karena dilengkapi dengan fitur tambahan seperti pembayaran gaji karyawan (*payroll*), manajemen keuangan perusahaan, dan monitoring transaksi dalam skala besar.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan masyarakat melalui penggunaan *internet banking* mencakup aspek keandalan sistem, keamanan transaksi, kemudahan navigasi, serta kecepatan layanan. Menurut Kotler dan Keller(2016), kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh perbandingan antara harapan dengan kinerja aktual layanan yang diterima.²⁰ Penelitian oleh Firmansyah menegaskan bahwa dimensi keamanan (*security*) dan keandalan (*reliability*) loyalitas dan kebahagiaan pengguna sangat dipengaruhi oleh

¹⁸ Wawancara peneliti dengan Intan., pengguna layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Mei 2025

¹⁹ Firmansyah, *Manajemen Risiko pada Layanan Internet Banking* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 34.

²⁰ Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Education, 2016.

perbankan online.²¹ Hal ini memperlihatkan bahwa masyarakat akan merasa puas apabila layanan *internet banking* dapat memberikan jaminan keamanan transaksi sekaligus kemudahan akses terhadap kebutuhan perbankan.

Keunggulan *internet banking* terletak pada kemudahan akses dan kelengkapan fitur dibandingkan layanan perbankan tradisional. Namun, keterbatasan jaringan internet, produk-produknya kurang update, risiko keamanan data, serta proses autentikasi yang cukup rumit menjadi tantangan yang dapat memengaruhi pengalaman pengguna dan kepuasan pengguna.

Hasil wawancara dengan via pengguna layanan *internet banking* juga menyampaikan permasalahan yang mereka hadapi, seperti yang diungkapkan oleh salah satu pengguna berikut :

*“Saat saya mencoba melakukan transfer melalui internet banking, transaksi gagal padahal jaringan saya lancar. Sering juga sistem tidak bisa diakses saat dibutuhkan, yang paling saya khawatirkan itu keamanan data. Saya pernah hampir tertipu karena ada link yang mirip situs resmi bank”*²²

Permasalahan kedua yang diungkapkan oleh Linda pengguna *Internet Banking* di Kota Langsa menyatakan bahwa:

*“Adanya kekhawatiran terkait aspek keamanan Internet Banking. Mengungkapkan bahwa pernah menerima tautan mencurigakan, sehingga menimbulkan rasa takut terhadap potensi penyalahgunaan data pribadi”*²³

Permasalahan lain yang diungkapkan oleh Ibrahim pengguna *Internet Banking* di Kota Langsa menyatakan bahwa:

²¹ Firmansyah. *Manajemen Risiko pada Layanan Internet Banking*. Bandung: Alfabeta, 2021.

²² Wawancara peneliti dengan Via., pengguna layanan Internet Banking Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Juni 2025

²³ Wawancara peneliti dengan Redha., pengguna layanan Internet Banking Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Juni 2025

“Untuk masuk internet banking harus lewat beberapa tahap verifikasi. Kadang OTP telat masuk, jadi transaksi tidak bisa dilanjutkan. fitur internet banking relatif terbatas dibandingkan mobile banking, sehingga tidak semua kebutuhan transaksi dapat dilakukan melalui layanan ini”²⁴

Hal ini dapat disimpulkan dari tingkat kepuasan masyarakat umum terhadap layanan digital bank syariah melalui ATM, *mobile banking*, dan *internet banking* dipengaruhi oleh faktor kemudahan, kecepatan, keamanan, keandalan, serta ketersediaan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Jika pengguna tidak mendapatkan layanan yang memuaskan, mereka akan kecewa. Di sisi lain, jika layanan yang luar biasa tidak disertai dengan produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan harapan pengguna, hal itu juga akan sia-sia. Kekecewaan terjadi ketika kinerja tidak sesuai dengan harapan. Sebaliknya, kepuasan terjadi ketika kinerja sesuai dengan harapan. Tingkat kepuasan konsumen tinggi jika layanan ATM sesuai dengan harapan. Selain itu, tingkat kepuasan konsumen tinggi ketika layanan perbankan seluler sesuai dengan harapan. Selanjutnya, akan ada tingkat kepuasan pengguna yang tinggi jika layanan perbankan internet sesuai dengan harapan.

Persepsi tentang kinerja dan ekspektasi memengaruhi kepuasan. Pelanggan akan tidak senang jika kinerja tidak sesuai harapan. Namun, pelanggan akan senang jika kinerja sesuai dengan ekspektasi. Tingkat kesenangan atau kepuasan yang tinggi menumbuhkan ikatan emosional dengan sesuatu yang didasarkan pada loyalitas konsumen yang kuat, bukan pada kesukaan atau preferensi logis.²⁵

²⁴ Wawancara peneliti dengan Ulfa., pengguna layanan Internet Banking Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, Juni 2025

²⁵Adriansyah, D., & Saputri, marheni eka. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana teknologi layanan mandiri (SST) dan digitalisasi perbankan memengaruhi kebahagiaan pengguna layanan digital di Bank Syariah Indonesia (BSI). Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai kepuasan pengguna lebih menekankan pada variabel kualitas layanan (*service quality*), kepercayaan (*trust*), dan loyalitas pengguna, namun belum banyak yang berfokus pada peran SST seperti layanan ATM, *mobile banking*, dan *internet banking* secara khusus dalam konteks bank syariah. Selain itu, penelitian ini berlokasi di Kota Langsa, yang merupakan daerah dengan karakteristik masyarakat tingkat literasi digital yang masih berkembang, sehingga memberikan perspektif baru mengenai bagaimana penerimaan masyarakat terhadap digitalisasi perbankan syariah di luar kota-kota besar. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah dalam memperluas pemahaman mengenai hubungan antara inovasi teknologi layanan perbankan syariah dengan kepuasan masyarakat, serta memberikan masukan praktis bagi BSI dalam mengembangkan strategi layanan digital yang lebih efektif, sesuai kebutuhan pengguna di berbagai wilayah.

Berdasarkan definisi di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki lebih lanjut bagaimana kebahagiaan pengguna layanan perbankan digital yang ditawarkan oleh bank syariah dipengaruhi oleh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), Perbankan Seluler, dan Perbankan Internet. Dengan konteks ini, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Digitalisasi Perbankan

Melalui *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Langsa)''

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, dapat ditentukan beberapa permasalahan berikut terkait penelitian ini:

1. Kehadiran ATM meningkatkan kenyamanan masyarakat karena dapat diakses selama 24 jam, namun masih ada kendala seperti keterbatasan jumlah mesin, mesin rusak, tertelannya kartu ATM dan kerusakan pada tombol mesin ATM atau kehabisan uang sehingga memengaruhi kepuasan masyarakat pengguna.
2. *Mobile Banking* di samping keunggulannya menawarkan kemudahan penggunaan, namun masih terdapat kelemahan-kelemahandalam layanannya berupasing eror ketika bertransaksi, gangguan teknis pada aplikasi atau kesulitan login sehingga memengaruhi kepuasan masyarakat pengguna.
3. Keunggulan *Internet Banking* terletak pada kemudahan akses dan kelengkapan fitur dibandingkan layanan perbankan tradisional. Namun, keterbatasan jaringan internet, produk-produknya kurang update, risiko keamanan data, serta proses autentikasi yang cukup rumit dapat memengaruhi masyarakat pengguna dan kepuasan pengguna.

1.3. Batasan Penelitian

Semua penelitian memiliki keterbatasan. Penelitian ini hanya membahas tentang layanan *Self Service Technology* yakni *Automatic Teller Machine, Mobile Banking dan Internet Banking*. Selain itu, sampel penelitian ini terbatas pada warga Kota Langsa yang menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI).

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, berikut ini adalah fokus utama dari penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) secara parsial terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah?
2. Bagaimana pengaruh layanan *Mobile Banking* secara parsial terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah?
3. Bagaimana pengaruh layanan *Internet Banking* secara parsial terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah?
4. Bagaimana pengaruh layanan *Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile Banking* dan *Internet Banking* secara simultan terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah?

1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh layanan fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM) terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh layanan fasilitas *Mobile Banking* terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan fasilitas *Internet Banking* terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh layanan fasilitas *Automatic Teller Machine* (ATM), *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah.

1.5.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Berkat studi ini, masyarakat umum lainnya dapat mempelajari lebih lanjut tentang digitalisasi perbankan dan seberapa puas mereka dengan layanan perbankan digital. Tergantung pada kebutuhan dan preferensi mereka, penelitian ini juga dapat membantu orang lain dalam memutuskan layanan digital mana yang akan digunakan untuk menyederhanakan transaksi di bank mereka. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi untuk studi tambahan yang relevan dengan penelitian ini.

2. Bagi Praktis

Diharapkan penelitian ini akan bermanfaat bagi Bank Syariah Indonesia dalam hal layanan digital yang akan mereka manfaatkan dan meningkatkan pengalaman pelanggan, sehingga transaksi perbankan menjadi lebih mudah. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk

memikirkan dan menilai rencana pemasaran bank. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan karakteristik yang dianggap ideal dan sesuai dengan harapan konsumen serta untuk memperbaiki kekurangan.

1.6. Penjelasan Istilah

Peneliti harus terlebih dahulu mengklarifikasi arti judul penelitian untuk mencegah kesalahpahaman mengenainya ”Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kota Langsa)” Berikut ini adalah penjelasan sekaligus penjelasan istilah untuk variabel tersebut, yaitu:

1. Digitalisasi Perbankan

Penyediaan layanan keuangan secara digital dikenal sebagai digitalisasi perbankan. Akibatnya, nasabah bank kini dapat menyelesaikan transaksi perbankan tanpa harus mengunjungi bank secara fisik. Dengan layanan bank digital, pengguna bisa mengakses berbagai fitur dan transaksi perbankan cukup menggunakan perangkat digital.

2. *Self Service Technology*

Self Service Technology (SST), dengan penggunaan teknologi SST, nasabah dapat melakukan tugas perbankan sendiri tanpa perlu berbicara langsung dengan pegawai bank. SST diterapkan dalam perbankan syariah melalui berbagai inovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah dan aturan syariah, termasuk ATM, *internet banking*, dan *mobile banking*.

3. *Automatic Teller Machine*

Automated Teller Machine adalah perangkat elektronik yang memungkinkan pelanggan mengakses layanan perbankan dasar seperti pengecekan saldo, pembayaran tagihan, transfer antar rekening, penarikan tunai, dan penyetoran. ATM memungkinkan pengguna untuk memperoleh layanan perbankan dengan lebih cepat dan praktis, tanpa perlu datang ke teller bank. Kehadirannya telah menjadi bagian penting dalam sistem layanan perbankan modern karena dapat diakses 24 jam setiap hari.

4. *Mobile Banking*

Mobile Banking adalah layanan perbankan yang ditawarkan melalui aplikasi ponsel pintar, sehingga pengguna dapat melakukan transaksi keuangan secara lebih fleksibel. Melalui *mobile banking*, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, dan pemantauan saldo rekening secara *real-time* semuanya tersedia bagi pengguna. Karena pengguna tidak dibatasi oleh waktu atau lokasi, manfaat utama perbankan seluler adalah mobilitasnya. Saat ini, layanan ini termasuk di antara pilihan perbankan digital yang paling banyak digunakan.

5. *Internet Banking*

Internet banking adalah layanan perbankan online yang dapat diakses melalui situs web resmi bank. Dengan menggunakan mekanisme keamanan berbasis enkripsi dan otentikasi, layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai operasi, termasuk pembayaran, pembukaan deposito, pengelolaan rekening, dan transfer antar bank.

6. Kepuasan

Kepuasan pengguna atau ketidakpuasan adalah tingkat yang dirasakan seseorang setelah membandingkan harapan mereka terhadap suatu layanan dengan hasil yang mereka peroleh. Pengguna akan senang jika kinerja layanan sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka; jika tidak, mereka akan kecewa.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang masalah yang akan diteliti, identifikasi masalah, batasan penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, dan sistematika penulisan semuanya dibahas oleh penulis dalam bab ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan tentang layanan Digitalisasi Perbankan, *Self Service Technology*, Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah. Serta pembahasan terkait Landasan Teoretis Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran (variabel yang dianalisis, teknik analisis, arah hubungan), Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian (di mana unit analisis dan cakupan waktu digunakan untuk data sekunder), sumber data penelitian, populasi dan sampel penelitian (hanya sampel penelitian yang digunakan untuk data sekunder), alat pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, temuan uji analisis data, dan interpretasi temuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan yang diambil dari temuan studi dijelaskan dalam bab ini, bersama dengan sejumlah rekomendasi yang akan diberikan kepada pihak-pihak terkait dan siapa pun yang memiliki kepentingan dalam topik yang sedang diteliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat Kota Langsa yang merupakan pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI). Kota Langsa merupakan salah satu kota di Provinsi Aceh yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam pemanfaatan teknologi digital, termasuk pada sektor perbankan. Selain meningkatnya kebutuhan akan layanan keuangan yang cepat oleh masyarakat umum, mudah, dan efisien, keberadaan layanan perbankan digital menjadi bagian penting dalam menunjang aktivitas ekonomi masyarakat sehari-hari. Bank Syariah Indonesia, bank syariah terbesar di Indonesia, berlokasi di Kota Langsa dengan berbagai inovasi layanan digital yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan masyarakat sebagai pengguna.

Tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah bergabung menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) yang resmi beroperasi pada tahun 2021. Menjadi bank syariah, BSI tidak hanya berfokus pada penghimpunan dan penyaluran dana, tetapi juga berkomitmen untuk memberikan layanan perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁶⁴ Dalam rangka meningkatkan daya saing dan kualitas layanan, BSI terus mengembangkan digitalisasi perbankan melalui penerapan *Self Service Technology* (SST), seperti *Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile Banking*, dan *Internet Banking*.

⁶⁴Achmad Sani Alhusain, "Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan Strategi Dalam Mendorong Perekonomian Nasional", *Jurnal Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol. 13, No 3, 2021, h. 19.

Penerapan *Self Service Technology* tujuan Bank Syariah Indonesia adalah untuk memudahkan masyarakat umum melakukan transaksi perbankan secara mandiri tanpa harus mengunjungi kantor cabang secara langsung. Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) memungkinkan pengguna melakukan penarikan tunai, transfer dana, dan pembayaran berbagai tagihan secara cepat dan praktis. Selain itu, BSI juga menyediakan layanan *Mobile Banking* melalui aplikasi BSI Mobile yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja menggunakan *smartphone*. Layanan ini dilengkapi dengan berbagai fitur transaksi keuangan serta layanan sosial keagamaan seperti pembayaran zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Di samping itu, *Internet Banking* juga disediakan sebagai sarana transaksi berbasis internet yang ditujukan bagi pengguna dengan kebutuhan transaksi yang lebih kompleks.

Warga Kota Langsa yang menggunakan layanan digital yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia diberikan kuesioner untuk diisi guna mengumpulkan data untuk penelitian ini, yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Seratus partisipan berpartisipasi dalam survei ini sebagai responden, yang ditentukan berdasarkan perhitungan rumus Lemeshow. Responden yang dipilih merupakan masyarakat yang telah menggunakan salah satu atau lebih layanan digital BSI, yaitu *Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile Banking*, dan *Internet Banking*. Untuk mengetahui dampak digitalisasi perbankan melalui Teknologi Layanan Mandiri terhadap kebahagiaan konsumen layanan digital Bank Syariah Indonesia, data yang dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22.

4.2. Deskripsi Data Penelitian

Karakteristik data peneliti dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai latar belakang atau karakteristik para responden yang berpartisipasi. Adapun karakteristik yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan lama menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia (BSI). Dengan memahami karakteristik ini, analisis data dapat dilakukan secara lebih akurat dan relevan, serta mampu mencerminkan kondisi nyata dari populasi yang menjadi sasaran penelitian. Pembahasan masing-masing karakteristik akan diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 4.1 di bawah ini mencantumkan karakteristik responden menurut jenis kelamin mereka:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Laki-Laki	54	54%
Perempuan	46	46%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Terlihat dari Tabel 4.1, yang membandingkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, bahwa dari 100 responden, 54 orang (54%) adalah laki-laki. Sementara itu, 46 responden (46%) adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan dalam penelitian ini.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 di bawah ini mencantumkan karakteristik responden menurut usia mereka:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
20-25 Tahun	24	24%
26-30 Tahun	28	28%
31-45 Tahun	48	48%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data, kelompok umur 31–45 tahun merupakan kelompok dengan jumlah responden terbanyak, yaitu 48 orang (48%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pengalaman yang relatif matang dan berada dalam usia kerja. Selain itu, 28 responden (28%) berusia antara 26 dan 30 tahun. Kelompok usia ini menunjukkan keterlibatan yang cukup signifikan dalam penelitian, yang mencerminkan partisipasi responden dewasa muda. Sementara itu, sebanyak 24 responden, atau 24% dari total responden, berusia antara 20 dan 25 tahun, yang merupakan kelompok dengan jumlah responden paling sedikit.

Secara keseluruhan, karena responden berusia antara 31 dan 45 tahun merupakan mayoritas responden dalam penelitian ini, dapat dikatakan bahwa data penelitian lebih akurat mencerminkan pendapat responden pada kelompok usia tersebut.

3. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 berikut menunjukkan karakteristik responden menurut jenis pekerjaan:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
Mahasiswa	23	23%
Pegawai Negeri/ Swasta	18	18%
Wiraswasta/ Usahawan	41	41%
Dan lain-lain	18	18%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data, karakteristik responden menurut pekerjaan menunjukkan bahwa dari 100 responden, 41 orang (41%) adalah wiraswasta atau pengusaha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman bekerja di usaha independen. Selanjutnya, responden yang berstatus sebagai mahasiswa berjumlah 23 orang (23%), yang menunjukkan partisipasi responden dari kalangan akademik dalam penelitian ini. Sementara itu, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri/swasta dan kategori lain-lain masing-masing berjumlah 18 orang (18%).

4. Karakteristik berdasarkan lama menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)

Karakteristik responden berdasarkan lama menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) disajikan pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI)

Lama Menggunakan BSI	Jumlah Responden (Orang)	Persentase %
< 6 Bulan	1	1%
6 Bulan – 1 Tahun	4	4%
1 – 3 Tahun	31	31%

> 3 Tahun	64	64%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan lamanya menggunakan BSI, diketahui bahwa dari total 100 responden, sebanyak 64 responden, atau 64% dari sampel, telah menggunakan BSI selama lebih dari tiga tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pengalaman dan loyalitas yang tinggi dalam menggunakan layanan BSI. Selanjutnya, responden yang telah menggunakan BSI selama 1–3 tahun berjumlah 31 responden (31%), yang menunjukkan bahwa cukup banyak responden telah memiliki pengalaman penggunaan dalam jangka menengah. Sementara itu, responden yang menggunakan BSI selama 6 bulan–1 tahun berjumlah 4 responden (4%), dan responden yang menggunakan BSI selama kurang dari 6 bulan hanya 1 responden (1%). Jumlah ini relatif kecil, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden bukan merupakan pengguna baru layanan BSI.

4.3. Hasil Uji Instrumen

4.3.1. Uji Validitas

Untuk memastikan validitas setiap pernyataan yang diberikan kepada responden, dilakukan uji validitas menggunakan aplikasi komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 22.0 untuk Windows. Penelitian dianggap sah jika koefisien korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari r_{tabel} . Probabilitas yang dihitung dibandingkan dengan probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 menggunakan $N = 98$, $r_{tabel} = 0,1966$. Tabel berikut dihasilkan dari hasil uji validitas:

Tabel 4 5
Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Koefisien Korelasi		Probabilitas	Ket
		r _{hitung}	r _{tabel}		
Automatic Teller Machine(X1)					
1	Karyawan BSI menangani masalah mesin ATM dengan cepat dan akurat.	0,614	0,1966	0,000<0,05	Valid
2	ATM BSI mudah digunakan.	0,741	0,1966	0,000<0,05	Valid
3	ATM BSI ditempatkan dengan strategis.	0,681	0,1966	0,000<0,05	Valid
4	Menggunakan ATM BSI memungkinkan transaksi yang cepat dan mudah.	0,761	0,1966	0,000<0,05	Valid
5	ATM BSI memastikan transaksi yang aman dan pribadi.	0,779	0,1966	0,000<0,05	Valid
Mobile Banking(X2)					
1	Layanan perbankan seluler BSI tersedia sepanjang waktu.	0,471	0,1966	0,000<0,05	Valid
2	Saya merasa lebih nyaman menggunakan layanan perbankan seluler BSI karena adanya konfirmasi transaksi.	0,557	0,1966	0,000<0,05	Valid
3	Standar keamanan yang tinggi diterapkan pada perbankan seluler BSI.	0,504	0,1966	0,000<0,05	Valid
4	Saya dapat lebih mudah memenuhi kebutuhan sehari-hari saya dengan layanan perbankan seluler BSI, yang memungkinkan saya untuk memeriksa saldo, melakukan transfer, dan membayar tagihan.	0,485	0,1966	0,000<0,05	Valid
5	Antarmuka aplikasi perbankan seluler BSI ramping dan modern.	0,583	0,1966	0,000<0,05	Valid
Internet Banking(X3)					
1	Situs web perbankan internet BSI dirancang agar terlihat menarik secara visual dan edukatif.	0,814	0,1966	0,000<0,05	Valid

2	Selain menawarkan statistik keuangan yang saya inginkan, elemen layanan dalam perbankan internet BSI dirancang agar menarik secara visual dan edukatif.	0,673	0,1966	0,000<0,05	Valid
3	Dalam hal melakukan transaksi perbankan, layanan <i>Internet Banking</i> BSI cepat, mudah, dan efisien.	0,782	0,1966	0,000<0,05	Valid
4	Keamanan tingkat lanjut dan kerahasiaan transaksi adalah fitur dari sistem <i>Internet Banking</i> BSI.	0,774	0,1966	0,000<0,05	Valid
5	Transaksi saya menjadi lebih nyaman berkat bantuan pusat layanan pelanggan BSI <i>Internet Banking</i> yang beroperasi 24 jam sehari.	0,644	0,1966	0,000<0,05	Valid
Kepuasan(Y)					
1	Saya yakin ATM BSI memenuhi harapan saya mengingat beragam pilihan layanan yang ditawarkan.	0,472	0,1966	0,000<0,05	Valid
2	Saya tertarik untuk menggunakan ATM BSI lagi karena transaksi yang mudah dilakukan di sana.	0,536	0,1966	0,000<0,05	Valid
3	Saya akan merekomendasikan layanan ATM BSI kepada teman dan keluarga saya karena saya merasa puas dengannya.	0,709	0,1966	0,000<0,05	Valid
4	Saya percaya bahwa BSI <i>Mobile Baking</i> memenuhi kebutuhan saya dengan berbagai pilihan layanan yang ditawarkan.	0,590	0,1966	0,000<0,05	Valid
5	Saya ingin menggunakan BSI <i>Mobile Baking</i> lagi karena betapa mudahnya transaksi dengan layanan ini.	0,610	0,1966	0,000<0,05	Valid
6	Saya akan merekomendasikan BSI <i>Mobile Baking</i> kepada teman dan keluarga saya karena saya merasa puas dengan layanan ini.	0,763	0,1966	0,000<0,05	Valid
7	Saya percaya bahwa BSI <i>Internet Banking</i> memenuhi harapan saya dengan rangkaian fitur layanan lengkap yang ditawarkan.	0,765	0,1966	0,000<0,05	Valid

8	Karena transaksinya sangat sederhana, saya tertarik untuk menggunakan BSI <i>Internet Banking</i> sekali lagi setelah mencobanya.	0,777	0,1966	0,000<0,05	Valid
9	Karena saya senang dengan BSI <i>Internet Banking</i> , saya akan memberi tahu teman dan keluarga saya tentangnya.	0,777	0,1966	0,000<0,05	Valid

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2026

Dapat disimpulkan dari hasil uji validitas pada Tabel 4.5 di atas bahwa setiap butir pernyataan dari *variabel penelitian*, yaitu *Automatic Teller Machine*(X1), *Mobile Banking* (X2), *Internet Banking* (X3), dan Kepuasan (Y), dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (r hitung) nilai setiap item lebih tinggi dari nilai tabel (0,1966), dan nilai probabilitas sig.2-tailed adalah 0,000, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Dengan demikian, setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk variabelnya secara tepat.

Secara rinci, variabel *Automatic Teller Machine* (X1) memiliki lima indikator dengan nilai koefisien korelasi berkisar antara 0,614 hingga 0,779, yang menunjukkan bahwa semua item berhubungan kuat dengan total skor konstruk. Variabel *Mobile Banking* (X2) terdiri atas lima indikator dengan nilai koefisien korelasi sangat tinggi, yaitu 0,471 dan 0,583. Selanjutnya, variabel *Internet Banking*(X3) memiliki lima indikator dengan koefisien korelasi antara 0,644 hingga 0,814, yang menunjukkan kekuatan hubungan yang sangat baik. Adapun variable Kepuasan (Y) memiliki tiga indikator dengan nilai koefisien korelasi antara 0,777 dan 0,472 menunjukkan adanya hubungan yang substansial. Berdasarkan temuan ini, setiap pernyataan dalam kuesioner penelitian memenuhi

standar validitas instrumen penelitian, sehingga layak digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Jika respons responden terhadap kuesioner tetap konstan atau stabil sepanjang waktu, kuesioner tersebut dianggap dapat diandalkan. Suatu instrumen memiliki reliabilitas tinggi jika koefisien Alpha Cronbach-nya lebih dari 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat dipercaya atau diandalkan. Instrumen tersebut dianggap tidak reliabel jika koefisien Alpha Cronbach-nya kurang dari 0,60. Hasil berikut diperoleh dari perhitungan tersebut:

Tabel 4 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Automatic Teller Machine (X ₁)	0,759 > 0,60	Reliabel
Mobile Banking (X ₂)	0,279 > 0,60	Reliabel
Internet Banking (X ₃)	0,786 > 0,60	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,844 > 0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variable penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga semua instrument dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner penelitian mengukur variabel yang diteliti dengan tingkat konsistensi internal yang tinggi. Nilai Alpha Cronbach untuk variabel Anjungan Tunai Otomatis (X₁) adalah 0,759, menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi. Variabel *Mobile Banking* (X₂) dengan nilai 0,279 juga berada pada kategori reliabel yang baik. Variabel *Internet Banking*(X₃) memperoleh peringkat tertinggi, 0,786, yang menunjukkan bahwa item pernyataan tersebut mengukur variabel dengan

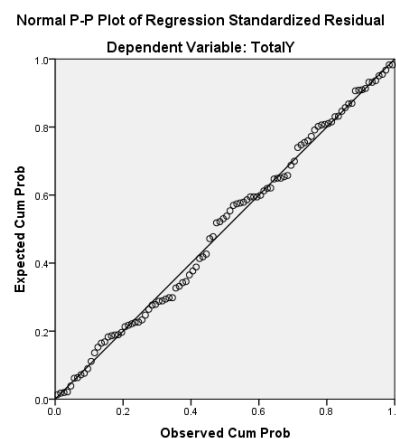
konsistensi yang sangat baik. Sementara itu, variabel Kepuasan (Y) memperoleh nilai 0,844, yang juga berada dalam kategori reliabel dan layak digunakan. Dengan demikian, Karena setiap elemen dalam penelitian ini memenuhi standar keandalan, alat penelitian ini dapat diandalkan dan digunakan dalam tahap analisis lebih lanjut tanpa mengalami masalah konsistensi pengukuran.

4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi terdistribusi secara teratur, dilakukan pengujian normalitas data. Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti jalurnya. Sebaliknya, model regresi gagal memenuhi asumsi normalitas jika data tersebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikutinya.

Hasil uji normalitas pada kurva *Normal P - Plot* ditunjukkan pada Gambar 4.1.:

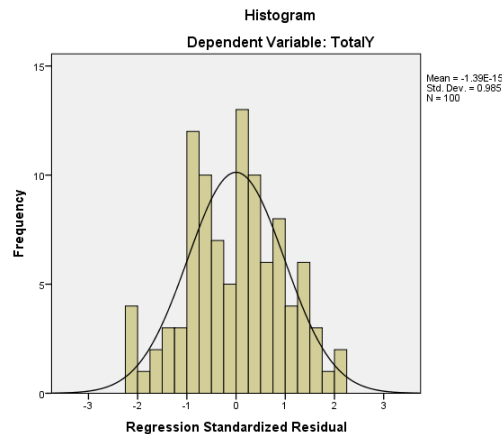


Gambar 4 1

Kurva *Normal P – Plot*

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2026

Mengingat data tersebar di sekitar garis diagonal pada gambar *Normal P – Plot*, model regresi telah memenuhi kondisi normalitas dan data terdistribusi secara normal.



Gambar 4 2
Histogram

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2026

Gambar 4.2 mengilustrasikan bagaimana penyajian grafik histogram mengarah pada kesimpulan bahwa grafik tersebut menawarkan pola yang seimbang. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai untuk digunakan dan sesuai dengan asumsi normalitas. Uji Kolmogorov Smirnov adalah metode lain untuk menentukan apakah data berdistribusi normal. Nilai probabilitas data menunjukkan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai *Kolmogorov Smirnov* dapat diabaikan ($\text{Asymp. Sig (2-tailed)} > \alpha 0,05$), data dianggap berdistribusi normal.⁶⁵

⁶⁵Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitati Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*, h.169-170.

Tabel 4 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.33641532
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2026

Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* Satu Sampel untuk uji normalitas pada Tabel 4.7 menghasilkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Karena hasil ini lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), dapat dikatakan bahwa data residual penelitian ini terdistribusi secara teratur.

4.4.2. Uji Multikolinieritas

Faktor Inflasi Varians (VIF) dan nilai toleransi merupakan indikator multikolinieritas. Multikolinieritas tidak ada jika nilai toleransi lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Tabel di bawah ini menampilkan hasil uji multikolinieritas untuk model regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4 8
Hasil Uji Multikolinieritas

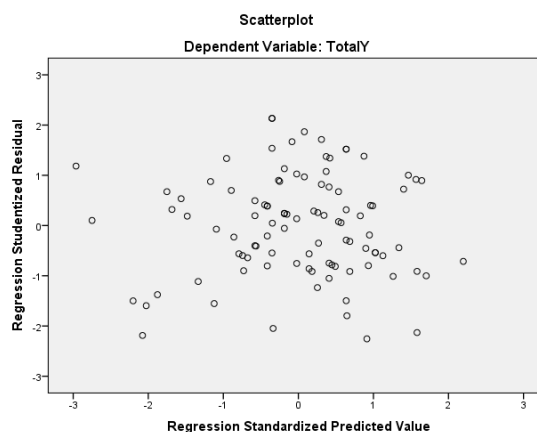
Variabel	Toleranc <i>e</i>	VIF	Ket
<i>Automatic Teller Machine</i> (X_1)	0.991	1.009	Lolos
<i>Mobile Banking</i> (X_2)	0.927	1.079	Lolos
<i>Internet Banking</i> (X_3)	0.925	1.082	Lolos

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2026

Semua variabel independen dalam penelitian ini mesin ATM (X1), *Mobile Banking* (X2), dan *Internet Banking* (X3) dianggap bebas dari gejala multikolinearitas, sebagaimana ditunjukkan oleh temuan uji multikolinearitas pada Tabel 4.8. Hal ini dibuktikan dengan angka VIF (*Variance Inflation Factor*) yang berada di bawah 10 dan nilai Toleransi yang lebih besar dari 0,10. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi persyaratan multikolinearitas tradisional dan sesuai untuk digunakan dalam analisis regresi tambahan.

4.4.3. Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas muncul dalam pengambilan keputusan ketika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur tertentu. Heteroskedastisitas tidak ada jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik tersebut tersebar baik di atas maupun di bawah nilai nol sumbu Y. Temuan uji heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4 3
Hasil Uji Heterokedastisitas
 Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 25, 2026

Berdasarkan Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas di atas yang ditunjukkan melalui *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbuY. Hal ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi gejala heterokedastisitas, melainkan memenuhi asumsi homokedastisitas.

4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Temuan studi regresi berganda tentang bagaimana *self service technology* dan digitalisasi perbankan memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan digital bank syariah di Kota Langsa, khususnya

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	5.051	6.234		.810	.420
<i>Automatic Teller Machine</i>	.354	.149	.205	2.377	.019
<i>Mobile Banking</i>	.490	.272	.161	1.802	.075
<i>Internet Banking</i>	.813	.175	.415	4.648	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS22,2025

Pada Tabel 4.11 ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 5,051 + 0,354 + 0,490 + 0,813 + e$$

- Variabel Kepuasan Masyarakat bagi konsumen layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa (Y) akan bernilai 5,051 jika variabel ATM, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking* bernilai nol (0). Hal ini karena nilai konstanta (Y) sama dengan 5,051.
- Koefisien regresi *Automatic Teller Machine* / ATM (X1) adalah 0,354, atau 35,4%. Ini menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan 1% pada ATM,

kepuasan publik akan meningkat sebesar 35,4%, dengan asumsi semua variabel independen lainnya tetap sama.

- c. *Mobile Banking* (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,490, atau 49,0%. Ini menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan 1% dalam *mobile banking*, kepuasan publik akan meningkat sebesar 49,0%, dengan asumsi semua faktor lain tetap sama.
- d. Koefisien regresi untuk Perbankan Internet (X3) adalah 0,813, setara dengan 81,3%. Ini menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan 1% dalam perbankan internet, kepuasan publik akan meningkat sebesar 81,3%, dengan asumsi semua faktor lain tetap sama.

4.6 Hasil Uji Hipotesis

4.6.1. Uji Koefisien Determinasi

Kemampuan model untuk menjelaskan varians pada variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi (R^2). Namun, jumlah variabel independen dalam model merupakan kelemahan dari koefisien determinasi R^2 . Terlepas dari apakah suatu variabel memiliki dampak signifikan pada variabel dependen atau tidak, setiap variabel tambahan akan meningkatkan R^2 . Oleh karena itu, disarankan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²*.⁶⁶

Tabel 4.10
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.54	.2	.272	3.338
	2 ^a	.94		

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2026

⁶⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 87.

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,272, atau 29,4%. Ini menunjukkan bahwa 29,4% variasi perubahan variabel dependen kepuasan pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa dapat dijelaskan oleh variabel independen, yang meliputi ATM (X1), *Mobile Banking* (X2), dan *Internet Banking* (X3). Namun, sisanya sebesar 70,6% dapat dijelaskan oleh variabel tambahan yang tidak tercakup dalam paradigma penelitian ini, seperti pengaruh sosial, psikologis, dan pengaruh eksternal lainnya.

4.6.2. Uji T-statistik (Parsial)

Berdasarkan kriteria pengujian, model regresi secara statistik signifikan dan H_0 ditolak jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan/atau nilai t yang dihitung lebih besar dari nilai t_{tabel} . Tabel 4.11 berikut menampilkan hasil uji t :

Tabel 4.11
Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.051	6.234		.810	.420
<i>Automatic Teller Machine</i>	.354	.149	.205	2.377	.019
<i>Mobile Banking</i>	.490	.272	.161	1.802	.075
<i>Internet Banking</i>	.813	.175	.415	4.648	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2026

- a. H_0 ditolak karena, menurut Tabel 4.12 di atas, nilai variabel Kualitas Layanan memiliki nilai t -hitung $2,377 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena *Automatic Teller Machine* (ATM) secara signifikan dan positif mempengaruhi kebahagiaan pelanggan yang menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.

- b. H_0 dapat diterima karena nilai t-test variabel *Mobile Banking* adalah $1,802 < 1,984$ dan nilai signifikansinya adalah $0,075 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa hipotesis tidak didukung karena *mobile banking* tidak memiliki dampak yang nyata terhadap kepuasan pelanggan di Kota Langsa terhadap layanan digital Bank Syariah Indonesia.
- c. H_0 ditolak karena hasil t-test variabel *Internet Banking* adalah $4,648 > 1,661$ dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena *internet banking* secara signifikan dan positif mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.

4.6.3. Uji F (Uji Simultan)

Pada dasarnya, uji F menunjukkan apakah setiap variabel independen yang termasuk dalam model memiliki dampak gabungan pada variabel dependen. Hasil uji F ditampilkan pada Tabel 4.12 di bawah ini.

Tabel 4 12
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	ANOVA ^a					
	SumofSquares	df	MeanSquare	F	Sig.	
1	Regression	458.155	3	152.718	13.304	.000 ^b
	Residual	1102.035	96	11.480		
	Total	1560.190	99			

Sumber: Data Primer diolah pada SPSS 22, 2025

Hipotesis H_0 ditolak karena, menurut Tabel 4.9 di atas, nilai F hitung adalah $13,304 > F$ tabel 2,69 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa secara signifikan dipengaruhi oleh faktor ATM (X1), *Mobile Banking* (X2), dan *Internet Banking* (X3) secara bersamaan. Oleh karena itu, diyakini bahwa faktor-faktor

independen tersebut secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

4.7. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

4.7.1. Pengaruh Layanan ATM Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna layanan Digital Perbankan Melalui *Self Service Technology* Pada Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil uji t, H_0 ditolak karena nilai t-hitung adalah $2,377 > 1,984$ dan nilai signifikansi adalah $0,019 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima karena *Automatic Teller Machine* (ATM) secara signifikan dan positif mempengaruhi kebahagiaan nasabah yang menggunakan layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.

Pengaruh positif tersebut mengindikasikan bahwa keberadaan layanan ATM sebagai bagian dari *self service technology* faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Tanpa harus pergi ke cabang bank, layanan ATM memungkinkan pelanggan untuk melakukan berbagai operasi perbankan secara mandiri, termasuk penarikan tunai, transfer dana, dan pengecekan saldo. Hal ini memberikan efisiensi waktu dan tenaga, serta mengurangi antrean layanan di kantor cabang.

Selain itu, kepuasan masyarakat juga dipengaruhi oleh faktor pendukung layanan ATM, seperti letak ATM yang strategis, kemudahan pengoperasian, keamanan transaksi, serta kecepatan akses layanan. Faktor-faktor tersebut membuat masyarakat merasa nyaman dan terbantu dalam memenuhi kebutuhan

transaksi perbankan sehari-hari. Kemudahan penggunaan ATM juga menjadikan layanan ini dapat diakses oleh berbagai kalangan sehingga meningkatkan persepsi positif jelajahi layanan perbankan online yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Hasilnya, nasabah perbankan digital lebih puas ketika layanan ATM berkualitas tinggi ditawarkan. Temuan ini menunjukkan bahwa ATM terus menjadi instrumen penting yang sangat meningkatkan kebahagiaan konsumen bahkan ketika layanan perbankan digital terus berkembang.

Temuan investigasi ini konsisten dengan penelitian Sari⁶⁷ yang mengklaim bahwa kepuasan nasabah bank dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh layanan ATM. Sari menemukan bahwa kemudahan penggunaan dan kecepatan transaksi ATM menjadi faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Putra⁶⁸ yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan ATM, yang meliputi keandalan sistem, keamanan, serta ketersediaan mesin ATM, memiliki dampak besar pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan perbankan. Putra menegaskan bahwa ATM sebagai bentuk *self service technology* mampu meningkatkan kenyamanan dan efisiensi transaksi nasabah. Berdasarkan kesesuaian hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa layanan ATM memiliki peran yang konsisten dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap layanan perbankan online, khususnya di Bank Syariah Indonesia.

⁶⁷ Sari, *Pengaruh Layanan ATM terhadap Kepuasan Nasabah Bank*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, 2019

⁶⁸ Putra, *Pengaruh Kualitas Layanan ATM terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Perbankan*, Skripsi, Fakultas Ekonomi, IAIN Langsa, 2020.

4.7.2. Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Masyarakat Penggunalayanan Digital Perbankan Melalui *Self Service Technology* Pada Bank Syariah Indonesia

Hipotesis H_0 disetujui berdasarkan temuan uji-t, yang menunjukkan nilai t terhitung sebesar $1,802 < 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,075 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kebahagiaan konsumen tidak terpengaruh secara signifikan oleh perbankan seluler Masyarakat pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, dengan demikian hipotesis ditolak.

Tidak signifikannya pengaruh layanan *Mobile Banking* terhadap kepuasan masyarakat mengindikasikan bahwa meskipun layanan tersebut telah tersedia dan digunakan oleh nasabah, namun keberadaannya belum mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan tingkat kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *Mobile Banking* belum sepenuhnya dirasakan sebagai layanan yang memberikan nilai tambah yang signifikan dibandingkan dengan layanan perbankan digital lainnya.

Kondisi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, keterbatasan fitur layanan *Mobile Banking* yang belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan transaksi masyarakat secara menyeluruh. Kedua, kendala teknis, seperti gangguan sistem, aplikasi yang lambat, atau masalah jaringan internet, yang dapat mengurangi kenyamanan pengguna dalam bertransaksi. Ketiga, tingkat kemudahan penggunaan (*user friendly*) yang belum optimal, khususnya bagi masyarakat yang kurang terbiasa menggunakan teknologi digital. Faktor-faktor tersebut berpotensi menurunkan persepsi positif pengguna terhadap layanan

Mobile Banking.

Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya mengandalkan *Mobile Banking* sebagai sarana utama dalam melakukan transaksi perbankan, sehingga tingkat kepuasan yang dihasilkan dari penggunaan layanan ini belum signifikan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan layanan *Mobile Banking* pada Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa belum menjadi faktor penentu dalam meningkatkan kepuasan masyarakat pengguna layanan digital perbankan. Bank perlu melakukan evaluasi dan pengembangan lebih lanjut terhadap kualitas layanan *Mobile Banking* agar dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna di masa mendatang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri⁶⁹ yang menyatakan bahwa layanan *Mobile Banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan fitur dan kendala teknis menjadi faktor utama yang menyebabkan *Mobile Banking* belum mampu meningkatkan kepuasan pengguna secara optimal. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Rahman⁷⁰ menemukan bahwa meskipun *Mobile Banking* memberikan kemudahan akses transaksi, namun faktor keamanan dan kenyamanan penggunaan yang belum maksimal menyebabkan layanan tersebut belum berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

⁶⁹ Putri, *Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, 2020.

⁷⁰ Rahman, *Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara, 2022.

Layanan perbankan seluler belum menjadi elemen utama dalam meningkatkan kepuasan pengguna layanan perbankan digital, khususnya di Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa, menurut hasil penelitian ini, yang konsisten dengan sejumlah penelitian sebelumnya.

4.7.3. Pengaruh Layanan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Masyarakat Penggunalayanan Digital Perbankan Melalui *Self Service Technology* Pada Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil uji-t, H_0 ditolak karena nilai t-hitung adalah $4,648 > 1,661$ dan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak karena *Internet Banking* tidak memiliki dampak yang nyata terhadap kebahagiaan konsumen layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa.

Pengaruh yang signifikan ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan perbankan digital meningkat seiring dengan kualitas layanan perbankan internet yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia. Tanpa harus mengunjungi kantor bank secara fisik, pengguna dapat menggunakan perbankan internet untuk melakukan berbagai tugas perbankan secara mandiri, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, dan operasi keuangan lainnya. Kemudahan, fleksibilitas waktu, dan efisiensi transaksi semuanya disediakan oleh layanan ini.

Selain itu, kepuasan masyarakat juga dipengaruhi oleh beberapa aspek penting dalam layanan *Internet Banking*, seperti kemudahan akses, keamanan sistem, kecepatan proses transaksi, serta keandalan layanan. Sistem *Internet*

Banking yang mudah dipahami dan jarang mengalami gangguan akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan perbankan digital. Keamanan data dan transaksi juga menjadi faktor krusial, karena masyarakat cenderung merasa puas apabila layanan yang digunakan mampu menjamin kerahasiaan serta perlindungan informasi pribadi.

Temuan ini sejalan dengan konsep *Self Service Technology*, yang menekankan pada kemampuan pengguna untuk mengontrol dan melakukan layanan secara mandiri dengan dukungan teknologi.⁷¹ *Internet Banking* sebagai bagian dari *self service technology* memberikan pengalaman layanan yang praktis dan efisien, sehingga mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan masyarakat. Dengan demikian, layanan *Internet Banking* berfungsi sebagai alat transaksional sekaligus elemen strategis dalam meningkatkan standar layanan dan kepuasan pengguna untuk perbankan online.

Temuan studi ini konsisten dengan temuan penelitian Sari dan Nugroho⁷² dalam penelitiannya menyatakan bahwa penerapan *self service technology* melalui *Internet Banking* memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Hal ini disebabkan oleh kemampuan adaptasi layanan dan kesederhanaan transaksi, yang dapat dilakukan kapan saja dan dari lokasi mana saja tanpa dibatasi oleh jam operasional bank. Penelitian tambahan Rahman⁷³ juga

⁷¹Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J., *Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction with Technology-Based Service Encounters*, *Journal of Marketing*, Vol. 64, No. 3, 2000.

⁷²Sari dan Nugroho, *Pengaruh Self Service Technology melalui Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara, 2021.

⁷³ Rahman, *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, 2019.

menemukan bahwa kualitas layanan *Internet Banking*, khususnya dari aspek keamanan dan keandalan sistem, memiliki dampak besar pada kepuasan nasabah bank. Rahman menyimpulkan bahwa kebahagiaan pengguna meningkat seiring dengan tingkat keamanan dan kepercayaan pada layanan perbankan internet. Dapat disimpulkan bahwa layanan perbankan internet memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan nasabah perbankan digital Bank Syariah Indonesia berdasarkan temuan penelitian ini yang konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

4.7.4. Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *self service technology* terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital bank syariah Indonesia di Kota Langsa

Berdasarkan hasil pengujian simultan, H_0 ditolak karena nilai F hitung adalah $13,304 > F$ tabel $2,69$ dan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa secara signifikan dipengaruhi oleh faktor ATM (X1), *Mobile Banking* (X2), dan *Internet Banking* (X3) secara bersamaan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan masyarakat terhadap layanan digital perbankan tidak hanya dipengaruhi oleh satu jenis layanan tertentu, melainkan merupakan hasil dari kombinasi dan sinergi berbagai layanan digital yang disediakan oleh bank. Meskipun secara parsial terdapat variabel yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan, namun ketika seluruh variabel diuji secara bersama-sama, ketiganya memberikan kontribusi yang berarti dalam meningkatkan kepuasan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa

masyarakat menilai layanan digital perbankan secara menyeluruh, bukan secara terpisah-pisah.

Layanan *Automatic Teller Machine* memberikan kemudahan transaksi secara mandiri dan cepat, *Mobile Banking* menawarkan fleksibilitas serta akses transaksi kapan saja dan di mana saja, sedangkan *Internet Banking* mendukung transaksi yang lebih kompleks melalui sistem berbasis jaringan. Ketiga layanan tersebut saling melengkapi dalam membentuk pengalaman layanan digital yang utuh. Oleh karena itu, kepuasan masyarakat tidak dapat dipahami hanya dari kualitas satu layanan, tetapi dari kemampuan bank dalam mengintegrasikan berbagai bentuk layanan digital sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan teknologi.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan melalui *self service technology* merupakan strategi yang efektif bagi Bank Syariah Indonesia dalam meningkatkan kepuasan masyarakat. Kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan kualitas dan kemudahan akses layanan digital yang ditawarkan. Oleh karena itu, kemampuan bank untuk berhasil mengadopsi inovasi digital sangat penting untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan klien.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari⁷⁴ menemukan bahwa penggunaan layanan *Mobile Banking* dan *Internet Banking* sebagai bagian dari digitalisasi perbankan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Lestari menyimpulkan

⁷⁴ Lestari, *Pengaruh Mobile Banking dan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2020.

bahwa kemudahan penggunaan aplikasi dan keamanan sistem menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Selanjutnya penelitian lain yang dilakukan oleh Nugroho⁷⁵ Menurut penelitian mereka, kebahagiaan konsumen dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan perbankan digital, seperti perbankan internet, seluler, dan ATM. Studi ini menunjukkan bagaimana integrasi layanan digital yang efektif dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan nasabah bank.

⁷⁵ Nugroho, *Pengaruh Kualitas Layanan Digital Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, 2019.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan percakapan yang telah berlangsung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kota Langsa terhadap layanan digital Bank Syariah Indonesia. Nilai signifikan sebesar $0,019 < 0,05$ dan nilai t sebesar $2,377 > 1,984$ mendukung hal ini. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan, kecepatan, keamanan, serta ketersediaan layanan ATM mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan masyarakat dalam melakukan transaksi perbankan.
2. Kebahagiaan pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa tidak terpengaruh secara signifikan oleh layanan perbankan seluler. Nilai signifikansi $0,075 > 0,05$ dan hasil uji-t $1,802 < 1,984$ mendukung hal ini. Hasil ini mengindikasikan bahwa keberadaan *Mobile Banking* belum sepenuhnya dirasakan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi masyarakat, yang kemungkinan disebabkan oleh keterbatasan fitur, kendala teknis, serta tingkat kemudahan penggunaan yang belum optimal.
3. Layanan *Internet Banking* memiliki dampak yang menguntungkan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kota Langsa terhadap layanan digital Bank Syariah Indonesia. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t $4,648 > 1,661$ mendukung hal ini. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan

masyarakat terhadap layanan perbankan digital dapat ditingkatkan dengan aksesibilitas, keandalan, dan keamanan sistem layanan perbankan internet.

4. Pada saat yang sama, kebahagiaan pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia di Kota Langsa sangat dipengaruhi oleh layanan ATM, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking*, yang semuanya merupakan komponen digitalisasi perbankan melalui teknologi swalayan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi dan kualitas umum penawaran digital bank, bukan hanya satu layanan tertentu, yang memengaruhi kebahagiaan nasabah.

5.2. Saran Penelitian

Berdasarkan temuan studi tentang bagaimana teknologi layanan mandiri dan digitalisasi perbankan memengaruhi kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan digital bank syariah di Kota Langsa, berikut ini beberapa rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) dengan memperhatikan aspek ketersediaan mesin, keandalan sistem, keamanan transaksi, serta kemudahan pengoperasian, karena layanan ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Selain itu, BSI perlu melakukan evaluasi dan pengembangan layanan *Mobile Banking*, khususnya dalam hal kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan (*user friendly*), serta stabilitas sistem, agar layanan ini dapat memberikan manfaat yang lebih optimal dan meningkatkan kepuasan masyarakat di masa mendatang. BSI juga disarankan untuk terus meningkatkan

kualitas layanan *Internet Banking*, terutama pada aspek keamanan data, kecepatan akses, dan keandalan sistem, mengingat layanan ini memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pengguna layanan digital perbankan.

2. Bagi Masyarakat Pengguna Layanan Digital Perbankan

Untuk memperoleh manfaat dari kemudahan, efisiensi, dan keamanan dalam transaksi, masyarakat diimbau untuk memanfaatkan layanan perbankan digital Bank Syariah Indonesia secara maksimal dan mempelajari lebih lanjut tentang penggunaan layanan berbasis teknologi swalayan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan agar studi di masa mendatang menyertakan faktor tambahan termasuk kualitas sistem, kepercayaan, persepsi risiko, dan kualitas layanan digital yang mungkin berdampak pada kepuasan publik. Untuk mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh dan mendalam, studi di masa mendatang juga dapat menggunakan lebih banyak variasi subjek penelitian dan metodologi penelitian lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, D., & Saputri, marheni eka. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Go-Food Di Kota Bandung. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 3(3), 123–128.
- Ahmad Zaki, *Digitalisasi Perbankan Syariah: Inovasi dan Tantangan* (Yogyakarta: UII Press, 2022), hlm. 67.
- Aisyah, Nur. “Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah.” *Jurnal Perbankan Syariah* Vol. 6, No. 1 (2022): 55–67.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110.
- Al-Hawari, M., & Ward, T. (2006). The effect of automated service quality on Australian banks’ financial performance and the mediating role of customer satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(2), 127–147.
- Amin, H. (2008). Factors affecting the intention to use mobile banking services among Malaysian bank customers. *International Journal of Business and Society*, 9(2), 43–53.
- Arnita, N., Yarmunida, M., & Sumarni, Y. (2023). Pengaruh self service technology (SST) terhadap kepuasan pengguna layanan digital (Studi kasus Bank Syariah Indonesia). *Tabarru’: Journal of Islamic Banking and Finance*, 6(1), 1–12.
- Azzahra, Y. (2022). Pengaruh self service technology dan service performance customer service terhadap kepuasan pengguna pada Bank Syariah Indonesia KCP Demang (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
- Bank Indonesia, *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025* (Jakarta: Bank Indonesia, 2019).
- Bank Syariah Indonesia. (n.d.). Corporate History. Diakses dari situs resmi PT Bank Syariah Indonesia Tbk: https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Curran, J. and Meuter, M. (2005) Self-Service Technology Adoption: Comparing Three Technologies, *Journal of Services Marketing*, 19(2), pp.103-13.
- Davis, F.D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3 (1989): 319–340.

- Detik Finance. (2024, November 9). *BYOND by BSI diluncurkan, ini 3 fitur utamanya*. Detik.com. <https://finance.detik.com/moneter/d-7630375/byond-by-bsi-diluncurkan-ini-3-fitur-utamanya>
- Dewan Syariah Nasional, Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 10/DSN-MUI/IV/2000
- Dewan Syariah Nasional, Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 54/DSN-MUI/X/2006.
- Dewan Syariah Nasional, Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 116/DSN-MUI/IX/2017
- Edison, Emron., dkk. 2016 *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Alfabeta. Bandung.
- Fianto, Bayu Arie, Charissa Kezia Rahmawati, and Indri Supriani. 2021. "Mobile Banking Services Quality and Its Impact on Customer Satisfaction of Indonesian Islamic Banks." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 7 (1): 59–76.
- Fitria, Annisa, and Aang Munawar. 2021. "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Pengguna Bank BNI." *Jurnal Informatika Kesatuan 1* (1): 43–52.
- Firmansyah, *Manajemen Risiko pada Layanan Internet Banking* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 34.
- Gomachab, Romario, and Bernardus Franco Masake. 2018. "The Impact of Mobile Banking on Customer Satisfaction: Commercial Banks of Namibia (Keetmanshoop)." *Journal of Internet Banking and Commerce* 23 (2): 1–18.
- Grance, Diana and N Novander. 2017. "Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Pengguna". *Jurnal Elektronik Sistem Informatika dan Komputer Bina Mulia* 3(1):48.
- Jogiyanto. (2017). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Joseph, M., & Stone, G. (2003). An empirical evaluation of US bank customer perceptions of the impact of technology on service delivery in the banking sector. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(4), 190–202.
- Juliandi, Azuar, dan Irfan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), hlm. 210.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Education, 2016.
- Latifah, I. (2023). Digitalisasi perbankan syariah melalui self service technology terhadap kepuasan pengguna layanan digital (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
- Laukkanen, T. (2007). Internet vs mobile banking: Comparing customer value perceptions. *Business Process Management Journal*, 13(6), 788–797.
- Lestari. 2020. Pengaruh Mobile Banking dan Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Sunan Kalijaga.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mallat, Rossi, and M Tuunainen. 2004. “Mobile Banking Services.” *Communications of the ACM* 4 (7): 42–46.
- Maulana, M. D. (2023). Pengaruh self service technology dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna BSI KCP Batang (Skripsi, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Mary Jo Bitner, Amy L. Ostrom, and Matthew L. Meuter, “Implementing Successful Self-Service Technologies,” *Academy of Management Executive* Vol. 16, No. 4 (2002): hlm. 96.
- Meliawati, T. (2024). Pengaruh self service technology dan perceived ease of use terhadap kepuasan pengguna Bank BTN Syariah KCP Indramayu (Skripsi, IAIN Syekh Nurjati Cirebon).
- Miarso, Y, (2005), *Perubahan Paradigma Pendidikan Peran Teknologi Pendidikan dalam Penyampaian Misi dan Informasi Pendidikan dalam Menyamai Benih Teknologi Pendidikan*.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. 2000. Self-Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction with Technology-Based Service Encounters. *Journal of Marketing*, 64(3).
- Nugroho. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan Digital Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro.
- Nur Aisyah, “Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan Pengguna Bank Syariah,” *Jurnal Perbankan Syariah* Vol. 6, No. 1 (2022): hlm. 55.

- Nurhalimah, S. (2024). Pengaruh self service technology dan trust terhadap loyalitas pengguna pada pengguna BSI Mobile di Purwokerto dengan kepuasan sebagai variabel moderasi (Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Orba, N. (2024). Pengaruh self service technology dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Bank Sumsel Babel Kantor Cabang Syariah Palembang (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). Laporan Perkembangan Teknologi Informasi Sektor Jasa Keuangan. Jakarta: OJK.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Putra, Ahmad. “Pengaruh Kualitas Layanan ATM terhadap Kepuasan Pengguna.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 12, No. 2 (2021): 101–112.
- Putra, Tofan Kimoro. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pengguna Bank BRI Syariah. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*. Yogyakarta.
- Putra. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan ATM terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Perbankan. Skripsi. Fakultas Ekonomi.
- Putri. 2020. Pengaruh Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Malikussaleh.
- Rahman. 2022. Pengaruh Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Sumatera Utara.
- Restianti, F., Musfiroh, M. F. S., Hinawati, T., & Khabib, A. (2023). Pengaruh digitalisasi perbankan melalui self service technology (SST) terhadap kepuasan pengguna tabungan iB Hijrah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Syariah*, 7(1), 56–68.
- Riswandi, Budi Agus. 2005a. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari. 2019. Pengaruh Layanan ATM terhadap Kepuasan Nasabah Bank. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Malikussaleh.
- Sari dan Nugroho. 2021. Pengaruh Self Service Technology melalui Internet Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Sumatera Utara.

- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142.
- Siti Fatimah, “Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Digital Bank Syariah Indonesia,” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 8, No. 2 (2023): hlm. 112.
- Soleh, M. (2023). Pengaruh marketing mix dan self service technology terhadap kepuasan pengguna Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
- Sugiyono. 2017a. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D Edisi Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Syaipullah. 2018. “Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM Terhadap Kepuasan Pengguna Pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekanbaru.” Universitas Islam NegriSultas Syarif Kasim Pekanbaru Riau.
- Triana, V. M. (2023). Pengaruh fasilitas, self service technology, dan customer relationship marketing terhadap kepuasan pengguna Bank Sumsel Babel Syariah Kantor Cabang Palembang (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang).
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press, 1990.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain mobile banking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760–767.