



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 10098-10112

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Terhadap Kepuasan Mahasiswa Febi UIN Sumatera Utara Dalam Penggunaan Layanan Digital Bank Syariah

Putri Anis Shofia<sup>1✉</sup>, Muhammad Yafiz<sup>2</sup>, Nurul Jannah<sup>3</sup>

Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: [putrianisshofia99@gmail.com](mailto:putrianisshofia99@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menilai pengaruh *Self Service Technology* yang meliputi *Automatic Teller Machine (ATM)* ( $X_1$ ), *MBanking* ( $X_2$ ), *IBanking* ( $X_3$ ) terhadap kepuasan mahasiswa ( $Y$ ), baik secara parsial maupun simultan ( $Y$ ). Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UINSU. Sampel dalam penelitian sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *ATM* ( $X_1$ ), *MBanking* ( $X_2$ ), dan *IBanking* ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Mahasiswa ( $Y$ ) dengan nilai signifikan dari hasil (uji F) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil pengujian (uji t) pada variabel *ATM* didapatkan t hitung sebesar 3,490 dengan nilai signifikansi 0,001. Artinya, *ATM* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil pengujian (uji t) pada variabel *Mobile Banking* didapatkan t hitung sebesar 3,148 dengan nilai signifikansi 0,002. Karena nilai signifikan  $< 0,05$  Artinya, *MBanking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil pengujian (uji t) pada variabel *IBanking* didapatkan t hitung sebesar 5,195 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikan  $< 0,05$  artinya, *IBanking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Kata kunci : Self Service Technology (SST), Kepuasan Mahasiswa, Bank Syariah, Layanan Digital

## Abstract

This research aims to determine and assess the influence of Self Service Technology which includes Automatic Teller Machine (ATM) (X1), MBanking (X2), IBanking (X3) on student satisfaction (Y), both partially and simultaneously (Y). The respondents in this research were FEBI UINSU students. The sample in the study was 100 respondents. This research uses a quantitative type of research with data collection techniques using questionnaires. The results of this research show that the variables ATM (X1), MBanking (X2), and IBanking (X3) simultaneously have a significant effect on the dependent variable, namely Student Satisfaction (Y) with a significant value from the results (F test) of  $0.000 < 0.05$ . The test results (t test) on the ATM variable showed that the t count was 3.490 with a significance value of 0.001. This means that ATM has a significant positive effect on student satisfaction. The test results (t test) on the Mobile Banking variable showed that the t count was 3.148 with a significance value of 0.002. Because the significant value is  $< 0.05$ , this means that MBanking has a significant positive effect on student satisfaction. The test results (t test) on the IBanking variable showed that the t count was 5.195 with a significance value of 0.000. Because the significant value is  $< 0.05$ , this means that IBanking has a significant positive effect on student satisfaction.

Key words : *self service technology, student satisfaction, shariah banking, digital service*

## PENDAHULUAN

Dalam penggunaan layanan digital masyarakat cenderung menggunakan layanan digital karena lebih mudah dan aan dalam melakukan transaksi secara non tunai dari pada dating secara langsung ke bank. Nasabah terutama mahasiswa dalam penggunaan layanan digital menjadi kehidupan yang sangat penting, saat ini banyak kampus yang bekerja sama dengan bank dalam memudahkan pengelolaan keuangan seperti pembayaran SPP, sehingga mahasiswa tidak perlu dating ke bank langsung dan hanya dengan menggunakan perangkat mobile banking untuk melakukan transaksi.

*Self-Service Technology* (SST) merupakan suatu perantara teknologi yang memungkinkan konsumen untuk menghasilkan sendiri pelayanan tanpa tergantung pada karyawan. Konsep *Self-Service Technology* (SST) dapat muncul di era saat ini karena para pelaku bisnis atau perusahaan menginginkan sebuah hal yang baru yang dapat emenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. SST dapat diterapkan disemua biang bisnis selama perusahaan mampu untuk menyediakan apa yang dibutuhkan dalam implementasinya dan teknologinya ada dipasaran. (Sasongko, 2020)

Layanan perbankan saa ini berlomba-lomba dalam melakukan transformasi dalam menerapkan teknologi di setiap layanannya kepada nasabah untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah dengan berupaya dalam memberikan kemudahan serta pengalaman terbaik untuk nasabah. Tuntutan kepuasan pelanggan adalah hal yang lumrah dalam dunia

bisnis terutama dalam bidang jasa. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan berbanding lurus dengan semakin tingginya tingkat kepuasan pelanggan (Keller, 2007). Bank-bank syariah wajib memberi pelayanan yang lebih berkualitas dibanding dengan pesaingnya untuk menciptakan kepuasan nasabah. Maka dalam hal ini diharapkan *Self-Service Technology* (SST) dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah terutama mahasiswa agar dapat memudahkan dalam melakukan transaksi sehari-hari tanpa perlu membuang waktu mengantri di Bank.

Berdasarkan dari uraian diatas, penelitian ini bermaksud untuk lebih mencermati ataupun mengamati lebih lanjut tentang apakah layanan fasilitas seperti : *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena dijabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variable dan indicator.

Penelitian ini di ukur dengan menggunakan alat ukur penelitian yaitu dengan penyebaran kuisisioner kepada nasabah dan data yang diperoleh berdasarkan jawaban mahasiswa UINSU kemudian diolah. (Ahmadi, 2016)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 5.310 (sipandai.uinsu, 2022) yang merupakan mahasiswa aktif FEBI UINSU tahun 2022 yang sedang menggunakan dan yang telah menggunakan layanan digital bank syariah dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan rumus

slovin dikarenakan dalam penarikan sampel, jumlah harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

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

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengertian Digitalisasi Perbankan

Layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan dengan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, yang dilakukan secara mandiri.

Karakteristik Digital Banking adalah nasabah dapat memperoleh informasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi dan penutupan rekening secara mandiri tanpa melibatkan petugas Bank, termasuk nasabah dapat memperoleh informasi dan melakukan transaksi diluar produk perbankan seperti layanan nasihat keuangan, informasi investasi, transaksi e-dagang, dan berbagai kebutuhan lainnyadari nasabah dimaksud dengan hanya menggunakan satu channel melalui sarana elektronik. (Puspita, 2019).

#### Pengertian Self Service Technology

*Self service technology* secara umum didefinisikan sebagai teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk bertransaksi ataupun melakukan pelayanan secara mandiri seperti halnya layanan yang dilakukan secara langsung. Pengguna teknologi *self service technology* (SST), seperti *on-line system*, *mobile banking* yang biasanya berbasis handphone/ gadget (*phone banking*), *internet banking*. Penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*) merupakan strategi suatu bank dalam mempertahankan dan memuaskan pelanggan yakni nasabah serta untuk menciptakan keunggulan kompetitif sebagai upaya agar mampu bersaing dengan bank lainnya. (Wicaksono, 2018).

##### a) *Automatic Teller Machine* / ATM

Bentuk pelayanan yang diberikan bank kepada para nasabahnya yang berbasis teknologi tinggi adalah *Automatic Teller Machine* (ATM). ATM atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan Anjungan Tunai Mandiri adalah suatu alat yang berfungsi untuk mengeluarkan uang kepada pemegang kartu ATM sebagai alternatif pengganti pengambilan uang di bank yang mengeluarkan ATM.

##### b) *Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon selular dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau *SIM Toolkit*. *Mobile banking* menyediakan fasilitas yang hampir sama dengan ATM, yaitu transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, asuransi), pembelian pulsa, kecuali penarikan tunai. Dengan adanya *mobile banking*, pihak perbankan berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi. Nasabah yang telah memiliki layanan *mobile banking* tentu saja tidak perlu ke ATM atau kantor cabang bank karena dengan adanya *mobile banking* nasabah dapat langsung bertransaksi perbankan melalui ponsel setiap saat, dimana saja dan kapan pun.

c) *Internet Banking*

Layanan *internet banking*, memungkinkan masyarakat dan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui media jaringan komputer global yaitu internet. Bank biasanya menyediakan *website* tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi perbankan via web tersebut. Web yang hanya dapat digunakan untuk mengakses informasi tertentu mengenai bank yang bersangkutan tanpa bisa digunakan untuk melakukan transaksi tidak termasuk dalam kategori *internet banking*.

### Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah tingkatan perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka seseorang akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, seseorang akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan seseorang akan sangat puas. Tentang kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dengan tingkat kinerja atau hasil yang dirasakan. Bahwa pelanggan yang merasa terpuaskan akan memberikan tambahan nilai positif, yaitu kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia tidak hanya akan terus menggunakan pelayanan tersebut, tetapi juga akan meyakinkan orang lain untuk turut serta merasakan pelayanan yang tersedia sebagai pelanggan baru.

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

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan perilaku, terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan terhadap produk atau jasa tersebut.

## HASIL

### 1. Uji validitas dan reabilitas

#### a. Uji validitas

Tabel 4.10

Hasil uji validitas

<i>Item</i>	<i>Item Total Correlation (R hitung)</i>	R table	Keterangan
<i>Automatic Teller Machine ATM (X<sub>1</sub>)</i>			
ATM1	0.778	0.195	Valid
ATM2	0.741	0.195	Valid
ATM3	0.745	0.195	Valid
ATM4	0.549	0.195	Valid
ATM5	0.847	0.195	Valid
<i>Mobile Banking (X<sub>2</sub>)</i>			
MB1	0.752	0.195	Valid
MB2	0.867	0.195	Valid
MB3	0.874	0.195	Valid
MB4	0.847	0.195	Valid
MB5	0.893	0.195	Valid
<i>Internet Banking (X<sub>3</sub>)</i>			
IB1	0.849	0.195	Valid
IB2	0.775	0.195	Valid
IB3	0.890	0.195	Valid
IB4	0.872	0.195	Valid
IB5	0.864	0.195	Valid
<i>Kepuasan Mahasiswa (Y)</i>			
KP1	0.904	0.195	Valid
KP2	0.886	0.195	Valid
KP3	0.863	0.195	Valid
KP4	0.896	0.195	Valid
KP5	0.907	0.195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki  $R_{hitung} > R_{tabel}$  (0.195) dan bernilai positif. Sehingga butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid

- b. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel ataupun masing-masing variabel. Reabilitas suatu konstruk dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbatch's Alpha  $> 0,60$ .

Menurut Widoyoko realibitas dalam bahasa Inggris berasal dari kata *reliable* yang artinya dapat dipercaya. *Instrument* tes dikatakan dapat dipercaya jika memberikan hasil yang tetap atau ajeg (konsisten) apabila diteskan berkali-kali. Dalam penelittian ini untuk melakukan uji reabilitas dilakukan dengan perhitungan Koefesien Reliabilitas (KR-21).

Tabel 4.11  
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Variabel Dependen (X)		
Automatic Teller Machine (ATM)	0.944	Reliable
Mobile Banking	0.931	Reliable
Internet Banking	0.931	Reliable
Variabel Independen (Y)		
Kepuasan Mahasiswa	0.922	Reliable

Sumber: Data primer yang diolah, 2023.

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwamasing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach*  $>$  dari 0,60 menunjukkan bahwa *variabel (Automatic Teller Machine/ATM, MBanking, IBanking)* dapat dikatakan reliable

2. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas Data

Tabel 4.12  
 Hasil Uji Normalitas  
*One Sample Kolmogrov-Smirnov Test*

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>		
<i>Mean</i>		.0000000
<i>Std. Deviation</i>		1.36897405
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.142
	<i>Positive</i>	.131
	<i>Negative</i>	-.142
<i>Kolmogrov-Smirnov Z</i>		1.415
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0.36

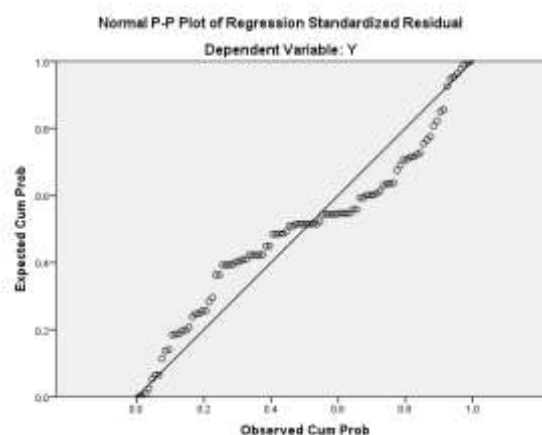
*b. Test Distribution is Normal*

Sumber: Data primer diolah, 2023

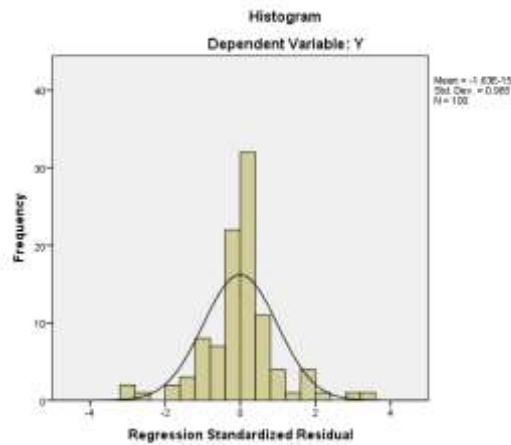
Data hasil uji normalitas diatas, menunjukkan bahwa nilai Kolmogrov-Smirnov Test sebesar 1,415 dan Asymp. Sig. sebesar 0,36 lebih besar dari 0,05. Jadi dapat dikatakan bahwa uji normalitas dengan One-Sample Kolmogrov data berdistribusi normal.

Selanjutnya uji Kolmogrov-Smirnov adalah dengan uji normal P-Plot dengan gambar sebagai berikut:

Gambar 4.1  
 Uji P-Plot (grafik histogram)



Gambar 4.2  
Grafik Histogram



Sumber: Data primer diolah, 2023

c. Multikolinearitas

Tabel 4.13  
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Variabel</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>ATM (X1)</i>	.348	2.873
<i>Mobile Banking (X2)</i>	.132	7.594
<i>Internet Banking (X3)</i>	.110	9.113

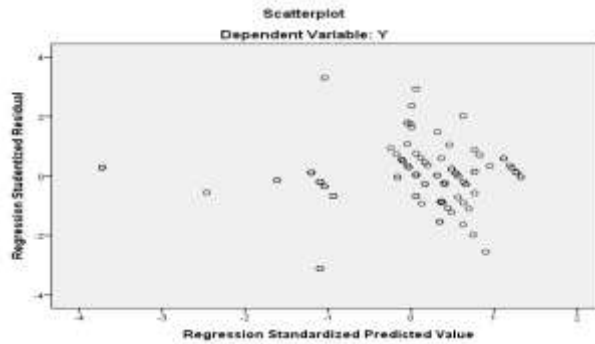
Dependent Variabel : Kepuasan Mahasiswa (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF 2,873 untuk variabel *Automatic Teller Machine/ATM (X1)*, kemudian 7,594 untuk variabel *Mobile Banking (X2)*, dan 9,113 untuk *Internet Banking (X3)*. Hasil ini berarti bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasil VIF antara 1-10. Sehingga data penelitian layak untuk dipakai.

d. Uji Heteroskedesitas

Gambar 4.3  
Hasil Uji Heteroskedesitas



Sumber: Data primer diolah, 2023.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga data penelitian layak untuk dipakai

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.14

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<i>1 (Constant)</i>	-.457	.740		-.617	.539
<i>ATM</i>	.213	.061	.194	3.490	.001
<i>MBanking</i>	.279	.089	.284	3.148	.002
<i>IBanking</i>	.528	.102	.513	5.195	.000

Dependent Variabel: Kepuasan Mahasiswa (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari hasil tabel diatas dapat ditulis persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = -,457 + 0,213 X_1 + 0,279 X_2 + 0,528 X_3$$

- Konstanta sebesar -,457 nilai konstanta mengatakan bahwa pada saat ketiga variabel tersebut dalam keadaan tetap (constan), maka jumlah kepuasan mahasiswa adalah sebesar -,457.
- Koefisien regresi ATM  $X_1$  dari perhitungan linier berganda dapat dilihat sebesar 0,213 hal ini berarti setiap ada peningkatan ATM sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0,213. ATM dan kepuasan

mahasiswa terjadi hubungan positif. Jika ATM mengalami kenaikan maka kepuasan mahasiswa juga akan mengalami kenaikan atau bertambah

- c. Koefisien regresi *MBanking* X2 dari perhitungan linier berganda dapat dilihat sebesar 0,279 hal ini berarti setiap ada peningkatan *MBanking* sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0,279. *MBanking* dan kepuasan mahasiswa terjadi hubungan positif. Jika *MBanking* mengalami kenaikan maka kepuasan mahasiswa juga akan mengalami kenaikan atau bertambah
- d. Koefisien regresi *IBanking* X3 dari perhitungan linier berganda dapat dilihat sebesar 0,528 hal ini berarti setiap ada peningkatan *IBanking* sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 0,528. *IBanking* dan kepuasan mahasiswa terjadi hubungan positif. Jika *IBanking* mengalami kenaikan maka kepuasan mahasiswa juga akan mengalami kenaikan atau bertambah

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (f)

Tabel 4.15  
Hasil Uji Parsial (t)

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.457	.740		-.617	.539
ATM	.213	.061	.194	3.490	.001
MBanking	.279	.089	.284	3.148	.002
IBanking	.528	.102	.513	5.195	.000

a. Dependen Variabel: Kepuasan mahasiswa (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2023

Untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Automatic Teller Machine/ATM* ( $X_1$ ) memiliki  $t_{hitung}$  koefisien *Automatic Teller Machine/ATM* adalah 3.490. dengan nilai Sig yaitu 0,001 dan diperoleh nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% (2-tailed) dengan persamaan degree of freedom

(df) =  $n-k-1 = 100-2-1 = 97$ , maka nilai  $t_{\text{tabel}}$  dalam penelitian ini adalah sebesar 1.661 nilai sig.  $0,001 < 0,05$  artinya *Automatic Teller Machine/ATM* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $3.490 > 1.661$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Automatic Teller Machine/ATM* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 1 yang berbunyi "Terdapat pengaruh yang signifikan *Automatic Teller Machine/ATM* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah", dapat diterima.

2. Menguji signifikansi variabel *Mobile Banking* (X2)

Terlihat bahwa  $t_{\text{hitung}}$  koefisien *Mobile Banking* adalah 3.148. Sedangkan  $t_{\text{tabel}}$  bisa dilihat pada tabel t-test dengan signifikansi 5% (0,05) dan df ( $n-k$ ) = 97. Sehingga didapat  $t_{\text{tabel}}$  adalah 1,661.

Variabel *Mobile Banking* memiliki nilai sig.  $0,002 < 0,05$  artinya *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $3.148 > 1,661$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Mobile Banking* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 2 yang berbunyi "Terdapat pengaruh yang signifikan *Mobile Banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah", dapat diterima.

3. Menguji signifikansi variabel *Internet Banking*(X3)

Terlihat bahwa  $t_{\text{hitung}}$  koefisien *Internet Banking* adalah 5,195. Sedangkan  $t_{\text{tabel}}$  bisa dilihat pada tabel t-test dengan signifikansi 5% (0,05) dan df ( $n-k$ ) = 97. Sehingga didapat  $t_{\text{tabel}}$  adalah 1,661.

Variabel *Internet Banking* memiliki nilai sig.  $0,000 < 0,05$  artinya *Internet Banking* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa sedangkan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $5,195 > 1,661$ ), maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien *Internet Banking* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesa 3 yang berbunyi "Terdapat pengaruh yang signifikan *Internet banking* terhadap kepuasan mahasiswa pengguna layanan digital bank syariah", dapat diterima.

b. Uji Simultan (F)

Tabel 4.16

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1619.055	3	539.685	279.245	.000 <sup>a</sup>
Residual	185.535	96	1.933		
Total	1804.590	99			

a. Predictors: (constant), Internet Banking (X3), ATM (X1), MBanking (X2)

b. Dependent Variabel: Kepuasan Mahasiswa (Y)

Sumber data diolah, 2023

Dari tabel anova diperoleh Fhitung sebesar 279.245 dan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,000. Nilai Fhitung (279.245) > Ftabel (3,091) dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Hal ini berarti *automatic teller machine/ATM*, *mobile banking*, dan *internet banking* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

#### SIMPULAN

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya variabel independen yaitu *Automatic Teller Machine / ATM (X1)*, *Mobile Banking (X2)*, dan *Internet Banking (X3)* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Mahasiswa (Y) dengan nilai signifikan dari hasil uji simultan (uji F) sebesar  $0,000 < 0,05$ .
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel *Automatic Teller Machine / ATM* didapatkan t hitung sebesar 3,490 dengan nilai signifikansi 0,001. Karena nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_1$  diterima. Artinya, *Automatic Teller Machine / ATM* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel *Mobile Banking* didapatkan t hitung sebesar 3,148 dengan nilai signifikansi 0,002. Karena nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_1$  diterima. Artinya, *Mobile Banking* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
4. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel *Internet Banking* didapatkan t hitung sebesar 5,195 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikan

< 0,05 maka H1 diterima. Artinya, Internet Banking berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- A.B, Susanto dan Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Al-Arif, Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung. Alfabeta
- Batubara, Chuzaimah. 2018. *Handbook Metodologi Studi Islam*. Jakarta Timur. Prenamedia Group.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, t.t.p.: PT. Syaamil Cipta Media, t.t.
- Harahap, Isnaini. 2015. *Hadis-hadis ekonomi*. Medan. Wal Ashri Publishing.
- Hasibuan, Melayu Sp. 2015. *Dasar-dasar Perbankan Syariah*. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 jilid 2*. Jakarta. Indeks.
- Markonah. 2017. *Analisis Pengaruh Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Jakarta*. Jurnal Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama.
- Marlina, Asti dan Widhi Ariyo Bimo. 2018. *Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank*. Jurnal Ilmiah Inovator.
- Muhammad. 2004. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*. Yogyakarta: Ull Press.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta. UPP AMPYKPN.
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Rahmani, Nur Ahmadi. 2016. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan. Febi UINSU Press.
- Riswandi, Budi Agus. 2005. *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rochaety, Eti. 2017. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 3*. Jakarta. Mitrawacana Media.
- Rumondang, Asri. 2019. *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan di Era Digital*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.
- Seomitra, Andi. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Depok. Kencana.
- Sholahuddin, Muhammad. 2014. *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam*. Yogyakarta. Penerbit Ombak.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sujarwani, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta. Pustaka Baru Press.
- Supangat, Andi. 2010. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif Inferensi dan non Parametrik*. Kencana.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. 1997.
- Widoyolo, Eko Putri. 2012. *Teknik Penyusunan Instrumen*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.

#### Jurnal

- Eviliyanto. 2014. *Jurnal Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Perbankan di Kota Surakarta*. Vol1. 01.
- Marlina, Asti. 2018. *Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Bank*. Ilmiah Inovator.
- Nurbaiti, 2021. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dakan Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet*. Jurnal Ekonomi Islam. Vol.2
- Puspitadewi. 2019. *Pengaruh Digitalisasi Perbankan Terhadap Efektivitas dan Produktivitas Kerja Pegawai*. Manajemen dan Bisnis Indonesia. 5(2). 247-258
- Wicaksana, Benar Suryo. 2015. *Jurnal Pengaruh Self-Service Technology Terhadap Kepercayaan, Keputusan Nasabah dan Loyalitas Nasabah*. Vol.2. Administrasi Bisnis.