

**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BRI  
(Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara)**



**SKRIPSI**

Diajukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk  
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**

**FIRLI KURNIAWATI ASHARI  
NIM. 2017202171**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN *SELF SERVICE TECHNOLOGY* TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN DIGITAL BRI  
(Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara)**



**SKRIPSI**

Diajukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk  
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

**Oleh:**

**FIRLI KURNIAWATI ASHARI  
NIM. 2017202171**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Firli Kurniawati Ashari  
NIM : 2017202171  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Digitalisasi Perbankan *Self Service Technology* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengguna Layanan Digital BRI ( Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara )

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil atau karya saya sendiri kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 28 Maret 2024  
Saya yang menyatakan



Firli Kurniawati Ashari  
NIM. 2017202171



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN SELF SERVICE TECHNOLOGY  
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN  
DIGITAL BRI (studi kasus masyarakat Kelurahan Purwanegara, Kecamatan  
Purwokerto Utara)**

Yang disusun oleh Saudara **FIRLI KURNIAWATI ASHARI NIM 2017202171**  
Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah  
diujikan pada hari **Selasa, 11 Juni 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk  
memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Prof. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.  
NIP. 19680403 199403 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Ubaidillah, S.E., M.E.I.  
NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200901 2 006

Purwokerto, 13 Juni 2024

Mengesahkan  
Dekan,



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19720921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada  
Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
      : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
      di –  
      Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

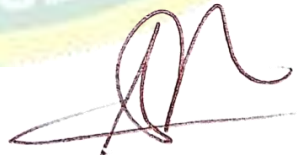
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Firli Kurniawati Ashari NIM 2017202171 yang berjudul:

**Pengaruh Digitalisasi Perbankan *Self Service Technology*  
Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengguna Layanan  
Digital BRI  
(Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Purwanegara, Kecamatan  
Purwokerto Utara)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E)

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto, 28 Maret 2024  
Pembimbing



Sofia Yustiani Suryandari, S.E.,M.Si  
NIP.197807162009012006



**MOTTO**

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”

(Q.S Ar-Rad 11)

**Pengaruh Digitalisasi Perbankan *Self Service Technology*  
Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengguna Layanan  
Digital BRI  
(Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Purwanegara, Kecamatan  
Purwokerto Utara)**

**Firli Kurniawati Ashari**

**2017202171**

Email: [firlikurniawati24@gmail.com](mailto:firlikurniawati24@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Perkembangan digital saat ini yang melatarbelakangi penelitian ini, teknologi yang merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan. Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut tentunya dapat mengubah gaya hidup dan kebiasaan masyarakat terutama masyarakat pada kelurahan purwanegara yang sudah melakukan transaksi secara online. Masyarakat kelurahan purwanegara merupakan masyarakat yang sudah melek akan adanya teknologi. Sehingga dengan adanya *self service technology* dapat memberi kemudahan dalam melakukan transaksi sehari-hari dan kebutuhan lainnya yang berkaitan dengan perbankan.

Penelitian ini membahas tentang permasalahan pengaruh layanan *self service technology* terhadap loyalitas masyarakat pengguna layanan digital dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara *self service technology* yaitu ATM dan *mobile banking* terhadap loyalitas masyarakat pengguna layanan digital dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode SEM-PLS dengan software smartPLS. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, ATM berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan, *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dan loyalitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.

**Kata kunci:** *ATM, Mobile Banking, Kepuasan dan Loyalitas*

**Pengaruh Digitalisasi Perbankan *Self Service Technology*  
Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengguna Layanan  
Digital BRI  
(Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Purwanegara, Kecamatan  
Purwokerto Utara)**

**Firli Kurniawati Ashari**

**2017202171**

Email: [firlikruniawati24@gmail.com](mailto:firlikruniawati24@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Current digital developments are the basis for this research, technology is one of the means used to maximize company performance. With the development of this technology, it can certainly change people's lifestyles and habits, especially people in Purwanegara families who already carry out transactions online. The people of Purwanegara sub-district are people who are already aware of technology. So that self-service technology can make it easier to carry out daily transactions and other needs related to banking.

This research discusses the problem of the influence of self-service technology services on the loyalty of digital service users with satisfaction as an intervening variable. The aim of the research is to find out how self-service technology, namely ATM and mobile banking, influences the loyalty of digital service users with satisfaction as an intervening variable.

This research uses a quantitative approach. With a sample of 100 respondents using a purposive sampling technique using a questionnaire. In this research, it was analyzed using the SEM-PLS method with smartPLS software. The results in this study show that ATM has a significant effect on satisfaction, ATM has a significant effect on loyalty, mobile banking has a significant effect on satisfaction, mobile banking has a significant effect on loyalty and loyalty has a significant effect on satisfaction.

**Keywords:** *ATM, Mobile Banking, Satisfaction and Loyalty*



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>ša</i>	š	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ha</i>	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ر	<i>Žal</i>	Ž	zet (dengan titik di atas)
س	<i>Ra'</i>	R	Er
ص	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>šad</i>	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	<i>ḍ'ad</i>	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	<i><u>Ta</u></i>	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	<i>za</i>	<u>Z</u>	zet (dengan garis di bawah)

ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	”	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

## 3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak dapat diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الولايا	Ditulis	Karâmah al-aulyâ'
---------------	---------	-------------------

- b. Bila ta‘marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

#### 4. Vokal Pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

#### 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	<i>Jâhiliyah</i>
2.	Fathah + ya‘‘ mati	ditulis	A
	تَنَسَّى	ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya‘‘ mati	ditulis	I
	كَرِيم	ditulis	<i>Karîm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فُرُوض	ditulis	<i>Furûd</i>

#### 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya‘‘ mati	ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قَوْل	ditulis	<i>Qaul</i>

#### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a‘‘antum</i>
أَعَدْتُ	ditulis	<i>u‘‘iddat</i>

- c. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	<i>Al-qiyâs</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>As-samâ</i>
--------	---------	----------------

3. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furûd</i>
------------	---------	----------------------



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk lulus dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya jurusan Perbankan Syariah dan untuk kemudian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Sholawat serta salam tidak lupa kita panjatkan kepada junjungan kita Nabi agung Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju dunia yang terang benderang ini.

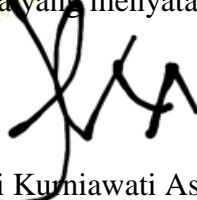
Selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan para pihak yang telah banyak memberikan doa, motivasi, dorongan, bimbingan dan semangat kepada saya yang tiada henti, untuk itu saya ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag, Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag, Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag, Wakil Rektor II UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.,Ag Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M. Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Hastin Tri Utami S.E., M.Si. Selaku ketua jurusan Perbankan Syariah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing, terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Segenap Staff Administrasi dan Staf Perpustakaan UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
11. Segenap pegawai dan staff administrasi Kelurahan Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara yang telah membantu dan berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Orang tua tercinta Ayah Mugi dan Ibu Eka serta Adik saya Dwi Nur Chasanah. Terimakasih atas semua perhatian dan kasih sayang yang telah diberikan sampai saat ini.
13. Teman – teman seperjuangan Perbankan Syariah D 2020 terimakasih telah memberikan cerita serta dukungannya.
14. Dan semua pihak yang telah membantu saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga bantuan dan kebaikan kalian mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. Penulisan skripsi ini tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Purwokerto, 28 Maret 2024  
Saya yang menyatakan



Firli Kurniawati Ashari  
NIM. 2017202171

## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada :

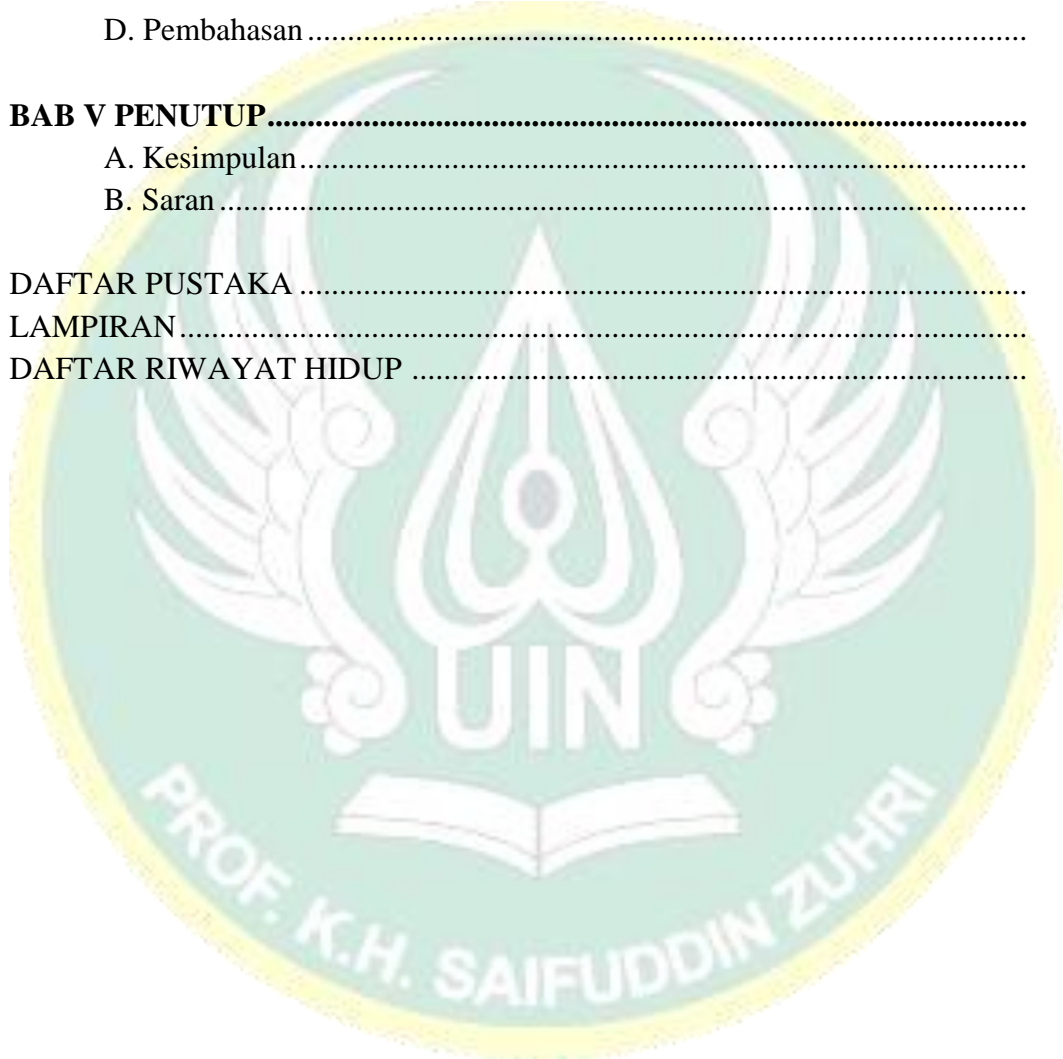
1. Allah SWT yang telah mengabdikan dan meridhai segala urusan sehingga melancarkan skripsi ini hingga selesai.
2. Orang tua tercinta, Ayah Mugi dan Ibu Eka yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, semangat dan doa yang selalu mengiringi penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan Ayah dan Ibu dengan Rahmat, berkah –Nya dan selalu diberikan kesehatan serta kebahagiaan dunia dan akhirat.
3. Adik terkasih, Dwi Nur Chasanah yang memberikan semangat dan dukungan, semoga kita selalu hidup berdampingan dengan rukun.
4. Segenap kakek dan nenek saya, Mbah Darman, Mbah Walimah, Mbah Sugeng dan seluruh keluarga yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala dukungan dan doa. Semoga kita semua senantiasa mendapatkan Rahmat-Nya.
5. Kepada pemilik NIM 2017202191 yang tidak kalah penting kehadirannya. Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan hidup saya. Terimakasih telah banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu dan segala yang telah diberikan untuk selalu membantu dan menyemangati saya dalam menulis. Terimakasih selalu mendengarkan keluh kesah saya, semoga Allah selalu mememberikan keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
6. Kepada teman sekamar saya Cahyati Fitri, terimakasih sudah membantu dalam proses menulis skripsi ini, menjadi tempat curhat dan selalu membersamai setiap langkah. Semoga kita selalu dimudahkan untuk mencapai segala hal yang kita inginkan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA .....	viii
KATA PENGANTAR .....	xii
PERSEMBAHAN .....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D.Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II : LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
A. Pelayanan Konsumen .....	12
B. Digitalisasi Perbankan .....	14
C. <i>Self Service Technology</i> .....	17
D. Kepuasan .....	20
E. Loyalitas.....	23
F. Kajian Pustaka.....	25
G. Kerangka Berfikir .....	33
H. Hipotesis Penelitian .....	34
I. Landasan Teologis .....	38
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
A. Jenis Penelitian .....	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
C. Sumber Data Penelitian .....	41
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	42
E. Variabel dan Indikator Penelitian .....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45



G. Teknik Pengujian.....	46
<b>BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
B. Deskripsi Responden .....	51
C. Hasil Analisis Data .....	54
1. Evaluasi Model Pengukuran.....	54
2. Evaluasi Model Struktural.....	57
D. Pembahasan .....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	99



## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Data Jumlah Masyarakat Menurut Pendidikan dan Pekerjaan di Kelurahan Purwanegara, 7
- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu, 28
- Tabel 3.1 Indikator Variabel, 43
- Tabel 3.2 Pedoman Skala Likert, 44
- Tabel 3.3 *Rule of Thumb* Uji Validitas, 45
- Tabel 3.4 Rule Of Thumb Reliabilitas, 46
- Tabel 3.5 *Rule of Thumb Structural R-square*, 47
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 52
- Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 53
- Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan, 52
- Tabel 4.4 Nilai *Loading Factor*, 54
- Tabel 4.5 Nilai dari Average Variance Extracted, 54
- Tabel 4.6 Nilai *Cross Loading*, 55
- Tabel 4.7 Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliabilty*, 56
- Tabel 4.8 Nilai *R-square*, 57
- Tabel 4.9 Nilai Koefisien Jalur dan *T-statistic*, 58



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, 34  
Gambar 4.1 Peta Kelurahan Purwanegara, 49  
Gambar 4.2 Output PLS Algoritm, 53  
Gambar 4.3 *Output Bootstrapping*, 58



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi dan internet berkembang begitu cepat dan pesat. Salah satu pesatnya teknologi informasi yaitu berupa internet. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) media sosial telah menjadi kebutuhan manusia yang penting. Hal tersebut dibuktikan dengan survei pada tahun 2019-2020 yang menunjukkan persentase pengguna internet mencapai 73,7% dengan total pengguna internet sebesar 196,71 juta jiwa. Sedangkan pada tahun 2018 hanya pada angka 64,8%. Sebagai pengguna internet 117,17 juta jiwa dari populasi Indonesia 264,16 juta jiwa. Hal tersebut membuktikan bahwa pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat. (Sari et al., 2021). Kemajuan teknologi dan internet telah membawa pengaruh yang besar bagi kehidupan masyarakat di berbagai bidang terutama bidang perekonomian. Adanya perkembangan teknologi mampu menunjang kehidupan masyarakat dan memberikan efisiensi waktu dalam melakukan aktivitas di berbagai bidang, khususnya di bidang perekonomian (Ash-shiddiqy et al., 2023). Kemajuan teknologi inilah yang mengharuskan sektor ekonomi mengikuti perkembangan teknologi agar dapat meningkatkan pelayanannya. Pada saat ini sektor ekonomi merupakan sektor yang penting dan sudah diikuti dengan perkembangan teknologi. Dengan adanya persaingan bisnis manfaat dari teknologi tersebut sangat dapat dirasakan oleh masyarakat. Salah satunya contohnya yaitu perusahaan perbankan yang bergerak dibidang jasa. Teknologi sangat penting dalam bidang jasa perbankan karena berkontribusi dalam memberikan sumbangannya kepada pendapatan nasional. Perbankan juga memiliki fungsi penting yaitu sebagai lembaga keuangan perbankan harus bisa menampung dan menyalurkan dana dari masyarakat dan agar dapat dimanfaatkan secara produktif dalam kegiatan perekonomian.

Perkembangan teknologi ini tentunya berpengaruh baik karena memudahkan segala aktivitas menjadi lebih praktis. Ada beberapa perkembangan teknologi yang dimanfaatkan oleh perbankan yaitu dimanfaatkan dalam proses pemasaran, promosi dan alat bantu transaksi yang berbasis teknologi. Salah satu pengaruh perkembangan teknologi adalah digitalisasi, peralihan dari analog ke digital. Digitalisasi telah mengubah hampir setiap aspek kehidupan dan kebutuhan yang dapat dipenuhi dan diakses dengan satu tangan, sehingga masyarakat semakin mudah dan praktis dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Pelayanan yang diberikan oleh bank dengan menggunakan teknologi sering disebut sebagai perbankan digital dan mencakup ATM, dan *mobile banking*. Ketiga fasilitas ini disebut dengan *self service technology* (Mutiasari, 2020).

Tujuan utama dari perkembangan teknologi informasi yaitu untuk masa depan manusia yang lebih baik, lebih mudah, lebih sederhana, lebih cepat dan lebih aman. Perbankan di Indonesia sudah memanfaatkan teknologi dengan baik, hal tersebut tentunya bisa mendorong dunia perbankan di Indonesia lebih baik dan lebih maju. Layanan pada perbankan yang memanfaatkan teknologi disebut dengan *digital banking* atau perbankan digital. Adanya perbankan berbasis digital ini tentunya memberikan sebuah inovasi dalam menghadapi persaingan di dunia perbankan yang semakin ketat dan menunjukkan keunggulannya (Pratiwi, 2023). Dibandingkan dengan tradisional bank digital lebih unggul karena dapat menjangkau nasabah lebih luas dengan teknologi informasi. Fitur layanan yang dihadirkan perbankan digital juga dapat membuat nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan hanya melalui aplikasi (Tiffani, 2023).

Perbankan digital menurut definisi OJK (Otoritas Jasa Keuangan) adalah pelayanan bank yang diberikan layanan kepada nasabah melalui sarana elektronik atau digital melalui media digital, dimana nasabah bertindak secara mandiri untuk memperoleh informasi mengenai produk perbankan dan produk non perbankan, seperti investasi. atau perdagangan elektronik. Semakin meningkatnya penggunaan teknologi menuntut

perbankan juga harus beradaptasi menggunakan teknologi guna meningkatkan layanannya kepada nasabah. Di era perbankan digital dimana nasabah dapat mengakses semua layanan perbankan menggunakan teknologi seperti untuk menyelesaikan proses pembukaan rekening tabungan dan transaksi keuangan lainnya. Perbankan digital yang mencakup *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* yang disebut dengan *self service technology*. (Mutiasari, 2020).

*Self service technology* adalah penawaran layanan mandiri yang didukung dengan memanfaatkan teknologi. Menurut Runita, Sumiati dan Achmad (2021) *self service technology* adalah suatu layanan yang bertujuan untuk memberikan fasilitas kepada nasabah tanpa harus bergantung dengan karyawan. Persaingan di sektor perbankan yang semakin meningkat sehingga menuntut berbagai bank untuk lebih inovatif terutama dalam hal pengembangan produk dan layanan untuk nasabah. Menurut Tjiptono pelayanan merupakan suatu perbuatan dan tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah atau konsumen. Layanan di dalam perbankan merupakan layanan yang tidak berwujud namun layanan tersebut ditawarkan oleh bank kepada nasabah untuk membenuhi kebutuh nasabah dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi dan rasa puas inilah sebagai bentuk dari pelayanan yang diberikan pihak bank oleh nasabah. Maka dari itu semakin tinggi kualitas pelayanannya maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh nasabah.

Layanan digital yang disediakan oleh bank-bank melalui *self service technology* yaitu *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking*. *Automatic teller machine* (ATM) ialah mesin yang memungkinkan penggunaannya melakukan transaksi keuangan secara otomatis selama 24 jam sehari dan boleh digunakan walaupun pada hari libur (Ayuningtyas & Sufina, 2023). Menurut (Hoehle et al., 2012) keunggulan ATM dapat dikaitkan dengan beberapa faktor yang meningkatkan pengalaman perbankan nasabah. ATM menawarkan kenyamanan yang signifikan yang

memungkinkan nasabah untuk mengakses dimanapun dan kapanpun. *Mobile banking* memungkinkan nasabah bertransaksi dengan lebih nyaman dan mudah. Selain itu *mobile banking* dapat digunakan tidak ada batasan waktunya. Perkembangan layanan *mobile banking* mampu memenuhi kebutuhan masyarakat modern dengan mengedepankan mobilitas (yusuf mochamad, safi'i muhammad, 2023). Dengan satu sentuhan, *mobile banking* pada layanan perbankan memberikan kemudahan dalam satu genggam. Layanan *mobile banking* memberikan banyak kemampuan beradaptasi daripada layanan digital yang lainnya. *Mobile banking* sudah banyak yang menggunakan, masyarakat lebih tertarik menggunakan *mobile banking* karena lebih mudah dan praktis. Saat ini sudah 24,21 juta nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Apalagi dengan meningkatnya penggunaan *smartphone* yang telah mendorong permintaan akan layanan *mobile banking* sehingga banyak yang menawarkan layanan yang lebih inovatif dan perbankan dapat menjangkau nasabah lebih luas lagi (Sapiri et al., 2024). Teori yang digunakan dalam mempelajari adopsi *mobile banking* ini yaitu teori TAM (*technology acceptance model*). Menurut Shaikh & Karjaluoto, 2015, teori TAM ini adalah salah satu model yang paling banyak digunakan untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan sistem informasi. Yang berfokus pada dua faktor yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Yang diyakini dapat mempengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi dan penggunaan aktualnya. Dengan kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh bank tentunya dapat mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah. (Wisika et al., 2023)

Kepuasan nasabah diukur dari kualitas kinerja produk dan layanan, oleh karena itu bank mengutamakan kualitas kinerja. Harapan terhadap kualitas kinerja pelayanan dan persepsi terhadap kualitas kinerja pelayanan mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan nasabah. (Arnita et al., 2023). Jika nasabah merasa puas, kemungkinan besar nasabah akan memberi informasi kepada orang lain dan menggunakan layanan kembali. Ketidakpuasan muncul ketika kesan nasabah terhadap suatu produk atau

layanan tidak sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan dikatakan baik jika nasabah tidak mengalami penyimpangan dari harapannya, dan di bawah standar jika mereka mendapatkan atau mengalami kurang dari yang dijanjikan (Melina & Shafrani, 2022). Kepuasan nasabah merupakan suatu perbandingan dari apa yang diharapkan nasabah dengan suatu yang telah nasabah terima, apabila yang diterima oleh nasabah melebihi dari harapan dan nasabah merasa puas maka hal tersebut dapat menimbulkan sebuah loyalitas nasabah, maka sebaliknya apabila harapan nasabah lebih tinggi dari apa yang nasabah terima maka nasabah belum merasa puas. (Munfaqiroh et al., 2022)

Menurut Griffin loyalitas dapat didefinisikan sebagai kecenderungan nasabah untuk melakukan pembelian berulang berdasarkan kriteria yang sama atau berbeda dari waktu ke waktu. Nasabah yang puas juga merupakan kunci dari nasabah yang setia. Kesetiaan nasabah ini sangat penting dan sangat dibutuhkan perbankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Apabila nasabah merasa kualitas layanan yang diterimanya baik dan sesuai harapannya maka nasabah akan merasa puas dan memiliki rasa percaya dan akan memiliki komitmen untuk menjadi nasabah yang loyal. Sebagai hasil dari rasa memiliki, mereka bersemangat untuk berbagi pengalaman positif mereka terhadap produk yang mereka gunakan kepada orang lain (Zulkarnain et al., 2020). Dalam hal ini loyalitas penting dalam suatu perusahaan karena mempertahankan nasabah berarti memahami keuangan serta meningkatkan stabilitas operasi bank. OJK atau (Otoritas Jasa Keuangan) mengatakan bahwa kenaikan 5% dari loyalitas nasabah dapat membuat peningkatan keuntungan sebuah perusahaan. Hal tersebut dikarenakan 70% penjualan berasal dari nasabah loyal. (Wiastrono & Ramadhani, 2021). Kemudian loyalitas ialah sebagai niat nasabah untuk terus berbisnis dengan organisasi pilihannya akan memotivasi pembelian kembali. Nasabah yang benar-benar loyal akan sangat berpotensi sebagai *word of mouth advertisers*. (Warsito, 2012)

PT Bank Rakyat Indonesia (persero)/Bank BRI merupakan perusahaan besar dengan pemerintahan yang kuat di bidang perbankan.



Untuk mengikuti perkembangan zaman di era digital, bank mulai menawarkan layanan perbankan digital, yang mencakup penggunaan teknologi digital untuk memfasilitasi transaksi dan memberikan akses informasi mengenai produk perbankan dan perkembangan industri di berbagai bidang seperti investasi dan keuangan. Teknologi juga mengurangi kebutuhan nasabah untuk mengunjungi bank secara langsung untuk menyelesaikan transaksi. ATM merupakan salah satu perangkat yang mempermudah pelayanan keuangan bagi nasabah. *Mobile banking* memberikan kemudahan transaksi non tunai dengan keamanan yang terjamin. Bank BRI tidak hanya hadir di kota-kota tapi membuka akses ke berbagai wilayah terpencil yang dapat mudah diakses oleh masyarakat. (Putra, 2019)

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap 50 masyarakat Kelurahan Purwanegara diketahui bahwa 80% menggunakan layanan Bank Rakyat Indonesia (BRI) dan 20% menggunakan bank lainnya seperti, BSI, BCA dan BNI. Layanan yang digunakan adalah ATM dan *Mobile banking*. Semua responden yang telah di observasi menggunakan layanan ATM, kemudian 64% menggunakan *mobile banking*. ATM dan *Mobile Banking* adalah layanan yang paling dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian masyarakat lebih suka menggunakan layanan digital karena masyarakat percaya bahwa melakukan transaksi non tunai lebih aman dan lebih mudah daripada melakukan transaksi dengan tunai.

Masyarakat umum merupakan salah satu kelompok yang banyak memanfaatkan jasa perbankan. Dengan hadirnya *Automatic teller machine* dan *Mobile banking* masyarakat semakin mudah dalam mengelola layanan perbankan karena masyarakat tidak harus mengunjungi kantor bank. Masyarakat Purwanegara sebagian besar adalah pekerja, tentunya banyak yang menggunakan layanan perbankan digital. Hal ini tentunya menunjukkan bahwa layanan perbankan telah menjadi yang paling sering digunakan dalam kehidupan masyarakat.

Terletak di Kabupaten Banyumas, Kelurahan Purwanegara merupakan bagian dari kecamatan Purwokerto Utara. Kecamatan Purwokerto Utara termasuk dalam kecamatan dengan jumlah penduduk terbanyak di Kabupaten Banyumas dengan jumlah penduduk 49.920. Dan Kelurahan Purwanegara dengan jumlah penduduk 8.272 dan 3.958 jumlah penduduk yang sedang bekerja. Jumlah Penduduk menurut Pendidikan dan Pekerjaan di Wilayah Kelurahan Purwanegara yaitu :

**Tabel 1.1 Data Jumlah Masyarakat Menurut Pendidikan dan Pekerjaan di Kelurahan Purwanegara**

Jenis pekerjaan	Jumlah
Petani, pekebun, dan peternak	22
Pertukangan	67
Pedagang	155
Wiraswasta	436
Pegawai swasta	1089
Pegawai BUMN DAN BUMD	65
Tenaga Pengajar (Guru dan Dosen)	92
Pegawai negeri sipil	246
Pensiunan	272
Tenaga Medis	17
Mengurus rumah tangga	1497
Pelajar/mahasiswa	1547
Belum/tidak bekerja	1841

Sumber: Data Kelurahan Purwanegara

Berdasarkan keterangan tabel yang di atas, kebanyakan pekerjaan masyarakat Purwanegara yaitu sebagai buruh, wiraswasta dan pegawai swasta. Kelurahan purwanegara sudah mengalami perkembangan zaman yang sangat pesat. Maka dari itu, masyarakat Purwanegara pun sudah melek terhadap teknologi layanan digital perbankan. Dalam data yang diperoleh melalui *website* Kelurahan Purwanegara diketahui 3.958 masyarakat yang

sedang bekerja. Kemudian, di daerah Kelurahan Purwanegara sendiri memiliki 2 ATM BRI yang berlokasi di dekat sekolah polisi negara (SPN) yang dapat memudahkan masyarakat Purwanegara untuk tarik tunai. Namun, terkadang ATM yang terletak di dekat sekolah polisi negara mengalami error sistem. Seperti, trouble pada server ketika melakukan transaksi berupa transfer atau tarik tunai muncul keterangan “transaksi tidak dapat diproses”. Hal tersebut tentunya membuat nasabah menjadi tidak nyaman. Banyak nasabah yang ingin tarik tunai di ATM dekat sekolah polisi negara ini, karena lingkungannya yang dikelilingi oleh banyak mahasiswa ATM dekat SPN ini selalu ramai. Dengan adanya kendala tersebut tentunya membuat rasa kecewa nasabah karena pelayanan mesin ATM BRI yang kurang diperhatikan sehingga sering terjadi trouble. Walaupun terdapat dua mesin ATM di dekat SPN hal tersebut tidak mengurangi ramainya nasabah untuk tarik tunai, sehingga jika salah satu mesin ATM BRI mengalami *trouble* akan menambah antrian di ATM tersebut. Hal tersebut tentunya menjadi tugas tersendiri bagi perusahaan agar meningkatkan kualitas pelayanannya. Selain memiliki 2 ATM di Kelurahan Purwanegara sendiri sudah banyak melakukan kegiatan pembayaran secara digital melalui *Mobile Banking*. Hal tersebut tentunya berdampak pada penggunaan layanan digital perbankan yang dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi sehari-hari.

Penelitian tentang *self service technology* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening pernah diteliti oleh beberapa peneliti. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti Munfaqiroh (2022) menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan dalam penelitian Nurmin (2021) menunjukkan bahwa kepuasan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Dari uraian diatas, maka perlu dicermati lebih lanjut tentang *Self Service Technology* terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Maka dari itu , penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Digitalisasi Perbankan *Self Service Technology* Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pengguna Layanan Digital BRI (Studi Kasus**

## **Masyarakat Kelurahan Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara'**

### **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah ATM berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara?
2. Apakah *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara?
3. Apakah ATM berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara?
4. Apakah *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara?
5. Apakah kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui ATM berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara
  - b. Untuk mengetahui *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara
  - c. Untuk mengetahui ATM berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara
  - d. Untuk mengetahui *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara
  - e. Untuk mengetahui kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat Kelurahan Purwanegara Kecamatan Purwokerto Utara

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini, penulis berharap dapat menambahkan ilmu dan pengetahuan tentang hal yang terkait dengan variabel yang mempengaruhi *self service technology* pada masyarakat. Serta dapat menjadi literatur pengembangan secara teoritis bagi pembacanya.

### b. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini, penulis berharap dapat menambahkan ilmu dan pengetahuan tentang hal yang terkait dengan variabel yang mempengaruhi *self service technology* pada institusi. Serta dapat menjadi literatur pengembangan secara teoritis bagi pembacanya.

## D. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca memahami pembahasan dalam penelitian ini, maka penelitian menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan yang berisi : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat.

BAB II merupakan landasan teori yang berisi : kajian pustaka, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III merupakan metodologi penelitian yang berisi : jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV yaitu hasil dan pembahasan yang memuat tentang uraian hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasannya yang meliputi deskripsi objek penelitian, teknik dan instrument data, serta pembahasan atas hasil pengelolaan data.

BAB V adalah Penutup. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Pelayanan Konsumen

Menurut Kotler pelayanan merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Dr. Muhammad Adam pelayanan merupakan suatu proses jasa yang dihasilkan dari empat proses yaitu *people processing (consumer)*, *posession processing*, *mental stimulus processing* dan *information processing*. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk orang lain yang sesuai dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Menurut Kasmir pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Sedangkan menurut undang – undang nomor 8 tahun 1999 konsumen merupakan seseorang yang menggunakan barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan diri sendiri ataupun yang lainnya. Jadi, pelayanan konsumen merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam menggunakan barang dan jasa (Kharisma et al., 2023).

Pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas masyarakat untuk terus menggunakan produk dan jasa perbankan. Tingkat pelayanan pada sektor perbankan ditentukan oleh nasabah itu sendiri, karena pandangan nasabah terhadap suatu pelayanan akan berbeda. Pandangan yang dimaksud yaitu bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memiliki nilai sasaran dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan termasuk dalam hal jasa, organisasi, dan lainnya (Zusmawati et al., 2023). Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Pelayanan menjadi

salah satu tolak ukur dalam memenuhi kepuasan nasabah, apabila kepuasan tercapai berasal dari kualitas pelayanan yang baik maka akan dapat meningkatkan loyalitas masyarakat. Peningkatan kualitas pelayanan sebagai penggerak loyalitas konsumen sangat penting dalam operasional di sektor perbankan. Oleh karena itu manajemen banyak melakukan survei pihak eksternal dengan bertujuan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan untuk menentukan strategi peningkatan kepuasan konsumen (Alfian et al., 2024). Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik maka konsumen akan beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya (Abrar et al., 2024). Menurut Suntoyo mutu dari suatu pelayanan berpusat pada upaya bagaimana konsumen dalam memenuhi kebutuhan, memenuhi keinginan dan mengimbangi harapannya yaitu adanya kesesuaian harapan antara konsumen dan manajemen, adanya kesesuaian harapan konsumen dengan standar karyawan, adanya kesesuaian antara kinerja karyawan dan pelayanan yang diberikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan dengan yang diharapkan dengan konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono terdapat lima indikator dalam kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti Fisik (*tangibles*) yaitu daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya Tangkap (*responsiveness*) yaitu kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti

bahwa setiap karyawan harus bersikap ramah dan sopan dan menguasai pengetahuan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah yang dialami nasabah.

5. Empati (*empathy*) yaitu berarti perusahaan memahami masalah para nasabahnya dan bertindak demi kepentingan nasabah serta memberikan perhatian personal terhadap nasabah dan memiliki jam operasi yang nyaman.

## **B. Digitalisasi Perbankan**

Perbankan pada era modern ini tentu tidak jauh dari kemajuan digital yang saat ini sedang berjalan dan sering disebut sebagai perbankan digital. Perbankan digital merupakan perubahan yang sangat signifikan yang perbankan kini mulai banyak memanfaatkan teknologi elektronik dan digital yang semakin canggih dan praktis. Dengan adanya perbankan digital ini nasabah dapat menikmati layanan perbankan dengan mudah dan dapat mengakses layanan perbankan melalui smartphone. Teknologi yang bisa diterapkan untuk memudahkan pekerjaan sehari – hari dengan perangkat yang bisa terhubung ke internet yang bertujuan untuk memperluas manfaat konektivitas internet. Dengan berbagai fitur seperti berbagi data, kendali jarak jauh dan semua yang terhubung ke jaringan yang dapat memudahkan manusia untuk melakukan interaksi tanpa harus bertemu dengan manusia yang lain. Hal tersebut tentunya mempengaruhi semua bidang kehidupan mulai dari industri, pendidikan, gaya hidup dan yang paling dirasakan yaitu dalam kegiatan ekonomi dalam perbankan (Ferdiansyah & N, 2022)

Digitalisasi perbankan dalam industri jasa perbankan merupakan hal yang penting. Perbankan dituntut untuk meningkatkan kualitas layanannya untuk bisa memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk ataupun jasa perbankan. Digitalisasi tentunya banyak memberikan dampak yang besar bagi layanan perbankan karena nasabah dapat mudah mengakses layanan perbankan kapanpun dan dimanapun. Dengan



digitalisasi perbankan banyak manfaat dan kesempatan yang didapatkan oleh bank yaitu bank dapat meningkatkan ketertarikan dan minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank, memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi nasabah sehingga nasabah loyal terhadap bank dan bank makin berkualitas.

Produk dalam perbankan digital diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan menjadi bagian dari gaya hidup yang modern. Teknologi perbankan di Indonesia harus mampu menunjukkan bahwa teknologi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi dan stabilitas sistem keuangan termasuk dalam perluasan layanan geografis dan waktu, pengurangan biaya operasional dan pengumpulan dana yang lebih efisien dari nasabah (Hanan et al., 2024).

Saat ini perbankan berkompetisi terutama dalam hal memberikan fasilitas pelayanan jasa yang semakin kuat, hal ini terbukti dengan adanya beberapa bank yang mengeluarkan pembaruan layanan digital yang semakin canggih dan sesuai dengan kebutuhan nasabah seperti *Automatic Teller Machine* (ATM), *Mobile banking*, uang elektronik dan lainnya. ATM kini juga dapat melakukan transaksi pembayaran dan transfer. Banyak ATM yang menerima setor tunai memperlancar nasabah untuk melaksanakan berbagai transaksi dan memberikan dorongan pada perbankan dalam memperluas jaringan. Sementara perbankan melalui *mobile banking* telah banyak diperkenalkan dan memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Dengan berkembangnya teknologi yang sangat pesat tentunya masyarakat menginginkan layanan keuangan yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun dengan cepat (Luthfiatussa'dyah et al., 2022).

Dalam proses digitalisasi, perbankan harus menyesuaikan bisnis mereka dengan era digital, mengadaptasi dan mengimplementasikan produk dan layanan menjadi kunci dalam menghadapi tantangan perbankan. Bank tidak hanya bersaing dengan bank lainnya tetapi juga bersaing dengan perusahaan yang memiliki teknologi tinggi dan mengenalkan fasilitas serupa. Oleh karena itu bank harus fokus pada

inovasi perbankan dalam meningkatkan strategi agar dapat beradaptasi dengan digitalisasi.

Pada dasarnya, proses digitalisasi tidak hanya memberikan manfaat bagi bank dan nasabahnya. Tetapi juga membawa tantangan yang perlu diatasi oleh perbankan. Fase transformasi digital lebih berat di masa depan diperkirakan akan terus menekan margin bank sebagai akibat dari meningkatnya persaingan. Beberapa tantangan yang dihadapi oleh ekonomi digital terhadap kemajuan perbankan mencakup dalam masalah keamanan, seiring dengan canggihnya teknologi perbankan akan ada pencarian data di ranah digital, maka dari itu perbankan dalam menggunakan teknologi harus meningkatkan keamanannya juga agar tidak timbul kejahatan umum seperti peniruan identitas dan phishing yang dimana informasi sensitif milik orang lain menjebol akun nasabah (Ardianto et al., 2024).

Melalui digitalisasi, perbankan telah menyediakan solusi yang menguntungkan bagi nasabah maupun perekonomian secara keseluruhan. Tantangan dalam keamanan dan infrastruktur perlu diatasi agar pertumbuhan ekonomi digital perbankan dapat berlangsung secara berkelanjutan. Pengembangan keterampilan digital yang dapat meningkatkan nilai praktik perbankan dapat dilakukan melalui beberapa pendekatan yaitu :

1. Teknologi digital memperluas hubungan antara bank, nasabah karyawan dan pemasok. Dengan interaksi secara online, solusi pembayaran dan fitur seluler dapat memberikan peluang bagi perbankan di media sosial dalam menggunakan strategi.
2. Penggunaan data secara digital yang dapat digunakan dalam meningkatkan pengambilan keputusan di berbagai bidang termasuk dalam penjualan, desain produk, penetapan harga dan penciptaan pengalaman nasabah yang luar biasa.
3. Aplikasi yang membantu proses meningkatkan produktivitas dan memfasilitasi ketaatan terhadap peraturan sementara visualisasi dan

aplikasi pemrosesan langsung memungkinkan alur kerja tanpa kertas yang lebih sederhana.

4. Digitalisasi digunakan untuk mendorong inovasi produk dan model bisnis seperti pemasaran sosial dan model bisnis berbasis digital yang mendukung *crowdsourcing*.

### C. *Self Service Technology*

*Self service technology* mengacu pada sistem apa pun yang memungkinkan nasabah menyelesaikan transaksi atau menggunakan layanan tanpa bantuan langsung. Pengguna *Self Service Technology* (SST), yang meliputi *Mobile Banking* (seringkali berbasis ponsel/perangkat). Penggunaan *automatic teller machine* (ATM) adalah salah satu cara bank mencoba mempertahankan dan memuaskan nasabahnya serta mendapatkan keunggulan dibandingkan lembaga keuangan lainnya. Teknologi *Self-Service* adalah jenis layanan perbankan yang memudahkan kebutuhan nasabah untuk mengunjungi bank secara langsung untuk menyelesaikan transaksi atau mendapatkan layanan dan nasabah dapat melakukannya dari hampir semua lokasi yang memiliki koneksi internet (Arnita et al., 2023).

#### 1) *Automatic Teller Machine*

ATM adalah perangkat yang digunakan untuk mentransfer uang. Uang dapat dikeluarkan kepada seseorang yang memegang kartu ATM melalui penggunaan ATM sebagai alternatif penarikan tunai dari bank. Nasabah dapat melakukan tarik tunai dan transfer. Nasabah yang menerima kartu ATM dengan cepat dan mudah hanya dengan nomor identifikasi pribadi (PIN) yang unik untuk setiap pemegang kartu ATM (Wiastono & Ramadhani, 2021).

ATM bisa menggantikan posisi fungsi teller yang melakukan tipe transaksi perbankan tertentu. ATM memungkinkan nasabah bank untuk menarik uang tunai, memberikan saldo atau transaksi lainnya tanpa memerlukan teller atau pegawai bank. ATM merupakan mesin yang bisa melayani kebutuhan nasabah kapanpun (Kusnadi et al., 2024).

Menurut (Hoehle et al., 2012) keunggulan ATM dapat dikaitkan dengan beberapa faktor yang meningkatkan pengalaman perbankan nasabah. ATM menawarkan kenyamanan yang signifikan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses dimanapun dan kapanpun. Aksesibilitas ini merupakan faktor yang penting karena ATM bagian dari perkembangan perbankan yang modern, pada tahun 1970 an pengenalan ATM mulai ditandai dengan dimulainya saluran elektronik yang mampu memberikan landasan bagi perkembangan layanan perbankan elektronik selanjutnya. Inovasi ini tentunya bukan hanya meningkatkan layanan nasabah tetapi juga mengurangi biaya operasional pada perbankan. Selanjutnya, ATM menjadi subjek penelitian dimana kepercayaan, keamanan dan privasi kini menjadi hal yang signifikan dampaknya bagi nasabah.

Saat ini ATM menjadi salah satu sarana terpenting bagi bank untuk memberikan pelayanan yang efektif dan efisien kepada nasabah. Tentunya sarana tersebut memiliki daya tarik sendiri bagi masyarakat untuk menabung pada bank yang menyediakan mesin ATM. Nasabah berhasil transaksi menggunakan ATM jika ATM sudah memproses input dan output nasabah yang sesuai dengan input yang dimasukkan oleh nasabah. Mesin ATM akan mengolah data untuk penarikan sejumlah uang dan mengeluarkan uang yang diinput oleh nasabah disertai dengan bukti transaksi.

Fungsi utama ATM yaitu untuk mentransfer uang, menarik uang tunai, dan memeriksa saldo. Manfaat lainnya yaitu :

1. Tersedia 24 jam
2. Transaksi tunai dan non tunai dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja
3. Tidak perlu menyimpan uang tunai dalam jumlah yang banyak
4. Dapat melakukan pembayaran umum atau pembayaran tagihan (sendjaja shintia, roreng petrus, 2024).

## 2) *Mobile Banking*

*Mobile banking* adalah metode layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah melalui perangkat seluler. *Mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan hampir semua hal yang dapat dilakukan ATM, selain menarik uang tunai, termasuk melakukan transfer, memeriksa saldo. Selain hal tersebut, *mobile banking* juga memiliki fitur pembayaran seperti tagihan listrik, telepon dan sebagainya. Nasabah dapat menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih nyaman menggunakan *mobile banking* dibandingkan dengan mengunjungi ATM atau lokasi bank. Dengan aplikasi *mobile banking*, nasabah dapat melakukan pembelian kapanpun dan dimanapun. Keuntungan yang paling dirasakan dari *mobile banking* adalah penghematan waktu dan tenaga. (Arnita et al., 2023)

Teori yang digunakan dalam mempelajari *mobile banking* salah satunya itu model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model/TAM). Teori ini berfokus pada persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi. TAM telah dimodifikasi dalam berbagai penelitian untuk memasukan faktor yang spesifik untuk *mobile banking*. (Shaikh & Karjaluo, 2015)

Pengguna *mobile banking* dapat menghemat waktu dan biaya karena tidak harus mendatangi bank secara langsung karena *mobile banking* memberikan pelayanan selama 24 jam. Dengan hal tersebut, seseorang berminat menggunakan teknologi jika teknologi dapat memberikan manfaat yang positif. Manfaat dalam *mobile banking* merupakan suatu yang diharapkan nasabah dalam melakukan pekerjaannya (Suprpto & Setyawardani, 2023).

Kelebihan dalam menggunakan *mobile banking* yaitu :

- a. Mudah diakses maupun koneksi lambat
- b. Jangkauan koneksi lebih luas dibandingkan menggunakan internet banking
- c. Memudahkan nasabah dalam menjangkau bank

d. Biaya yang dikenakan lebih murah

e. Dapat diakses 24 jam (Sari et al., 2021)

Kekurangan dalam menggunakan *mobile banking* yaitu :

a. Phising yaitu kejahatan dengan cara mencuri data pribadi.

b. Fitur keamanan melalui koneksi yang terenkripsi bisa di hack saat telepon nasabah dicuri. (Sari et al., 2021)

#### **D. Kepuasan**

Menurut Kotler kepuasan nasabah merupakan sejauh mana persepsi individu terhadap produk layanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka. Hubungan antara harapan nasabah dan kinerja yang dirasakan. Ketika kinerja sangat jauh dari harapan nasabah maka nasabah menjadi tidak merasa puas. Namun, jika nasabah merasa kebutuhannya terpenuhi, nasabah akan merasa sangat puas karena kebutuhannya jauh terlampaui (Zulkarnain et al., 2020). Menurut Fandy Tjiptono kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil/kinerja apa yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Daryono & Setyobudi kepuasan nasabah merupakan penelitian emosional seorang nasabah setelah menggunakan produk atau jasa, dimana harapan dan kebutuhan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa dapat terpenuhi. Dapat disimpulkan kepuasan nasabah menurut para ahli bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang penting dan keinginan bagi setiap pelaku usaha. Dengan memuaskan nasabah dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Nasabah yang puas terhadap suatu produk atau jasa pelayanan cenderung akan menggunakan kembali produk atau jasa. Hal ini berarti kepuasan merupakan kunci dari konsumen untuk melakukan penggunaan ulang produk atau jasa yang merupakan hal penting dalam suatu perusahaan (Muthia Anggraeni, 2022).

Kepuasan adalah perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk atau kinerja yang diharapkan. Apabila kinerja dibawah dari harapan nasabah maka nasabah merasa tidak puas.

Jika kinerja memenuhi harapan maka nasabah puas. Dan jika kinerja melebihi harapan maka nasabah sangat puas (Eryaningtyas & Fitanto, 2023). Kepuasan nasabah merupakan bagian dari terciptanya penilaian kepuasan karena jika kepuasan itu tercipta nasabah berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu adanya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan perusahaan dengan begitu akan memberikan hal yang baik karena nasabah akan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan perusahaan, sehingga timbul minat dari nasabah untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut (Sambodo Rio Sasongko, 2021). Kepuasan yang tinggi menjadi jaminan jika terjadi kesalahan yang tidak dapat dihindari karena banyaknya produksi jasa. Nasabah jangka panjang yang mengalami kesalahan mendapatkan manfaat yang lebih karena sudah mendapatkan pengalaman positif sebelumnya dan nasabah yang merasa puas tidak tertarik lagi dengan apa saja yang ditawarkan oleh pesaing. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berusaha untuk meningkatkan dan menjaga kepuasan nasabah. Karena kepuasan nasabah merupakan hal yang penting dan mempunyai hubungan langsung dengan loyalitas nasabah, pangsa pasar dan keuntungan (Lismalia et al., 2024).

Sebuah perusahaan perlu mengukur kepuasan nasabah untuk melihat bagaimana umpan balik maupun masukan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mengembangkan strategi peningkatan kepuasan nasabah. Terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Kepuasan nasabah merupakan salah satu hal yang penting dan harus sangat diperhatikan karena kepuasan nasabah merupakan aspek yang sangat penting untuk mempertahankan citra perusahaan dan memenangkan persaingan. Menurut Kotler & Keller terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran. Sebuah perusahaan harus memberikan kesempatan bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan.

2. Survei kepuasan nasabah. Perusahaan harus mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survei secara berkala.
3. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan). Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*Ghost shopper*) untuk berperan sebagai nasabah perusahaan pesaing untuk melaporkan hal kuat atau hal lemah.
4. *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih). Perusahaan sebaiknya menghubungi nasabah yang telah berhenti atau beralih ke perusahaan lain (Rosyid et al., 2019).

Kepuasan nasabah berkontribusi pada aspek seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas staf. Hal tersebut menunjukkan bahwa menarik nasabah jauh lebih mahal daripada mempertahankan nasabah yang saat ini menjadi faktor meningkatnya kepuasan nasabah (Anggraeni & Arafah, 2023).

Menurut Tjiptono ada beberapa cara untuk mengevaluasi kepuasan nasabah dibidang jasa yang bersifat intangible, nasabah umumnya menggunakan beberapa cara yaitu :

- a) Bukti langsung (*tangibles*) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
- b) Kehandalan (*reability*) yaitu kemampuan untuk memnerikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat dan memuaskan nasabah.
- c) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para karyawan untuk membantu memudahkan para nasabah dan memberikan pelayanan secara tanggap dan cepat.
- d) Jaminan (*assurance*) yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, karyawan yang dapat dipercaya, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
- e) Empati (*emphaty*) yaitu kemudahan dalam melakukan komunikasi dan memahami apa yangdibuthakan nasabah.



Dalam lingkungan yang kompetitif indikator yang dapat menunjukkan kepuasan nasabah yaitu apakah nasabah tersebut akan membeli kembali dan menggunakan diwaktu yang akan datang. Indikator kepuasan nasabah dapat dilihat dari :

1. Niat beli ulang (*Repurchase Intention*) merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali dan menggunakan produk atau jasa kembali yang telah digunakan.
2. Ketersediaan untuk merekomendasikan (*Willigness to Recommend*) merupakan kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakan kepada keluar,teman dan lainnya.
3. Konfirmasi harapan (*Confirmation Of Expectations*) merupakan kesesuaian antara kinerja produk atau layanan jasa yang diharapkan oleh nasabah dengan yang dirasakan oleh nasabah. (Oktovianus Sauw et al., 2023)

#### **E. Loyalitas**

Menurut Kotler dan Keller loyalitas merupakan sesuatu tekad yang kuat yang dipegang teguh untuk membeli atau menggunakan kembali banyak barang atau jasa di masa depan. Menurut Oliver loyalitas nasabah merupakan bentuk komitmen konsumen terhadap suatu produk dan jasa tertentu dengan melakukan pembelian secara berulang dan terus menerus tanpa dipengaruhi oleh siapapun. Sedangkan menurut Gremler dan Brown loyalitas nasabah merupakan konsumen yang bukan hanya melakukan pembelian secara terus menerus produk atau jasa melainkan juga menunjukkan ketertarikan dan sikap positif terhadap perusahaan jasa dan konsumen dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pembelian (Primastika & Rusdianto, 2024). Loyalitas nasabah lebih banyak dihubungkan dengan sebuah tindakan daripada sikap. Apabila seorang nasabah loyal, ia akan memeperlihatkan perilaku pembelian secara berulang dari masa ke masa yang dipengaruhi oleh beberapa indikator pengambilan keputusan (Zulkarnain et al., 2020).

Indikator loyalitas menurut Griffin (2010) yaitu :

1. Melakukan pembelian secara berulang yaitu nasabah merasa puas sehingga menggunakan produk secara berulang.
2. Merekomendasikan kepada orang lain yaitu memberikan rekomendasi mengenai produk atau jasa pada orang lain.
3. Menunjukkan tidak tertarik dengan produk lain yaitu nasabah tidak mudah beralih untuk menggunakan produk atau jasa lain (Zulkarnain et al., 2020).

Loyalitas merupakan komitmen nasabah bertahan untuk melakukan pembelian kembali secara konsisten dimasa yang akan datang. Konsumen yang loyal tidak diukur dari seberapa banyak dia membeli tapi dari seberapa sering dia merekomendasikan kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang. Menurut Aaker (1997) ada lima cara untuk memelihara loyalitas nasabah yaitu :

1. Memberlakukan hak nasabah yaitu dengan memperlakukan nasabah sesuai keinginan mereka, perusahaan harus memperhatikan apa saja yang diinginkan nasabah agar terpeliharanya rasa loyalitas nasabah.
2. Kedekatan dengan nasabah yaitu kedekatan agar perusahaan tau apa saja keinginan dan harapan nasabah dan secara efektif mengetahui harapan nasabah.
3. Mengukur kepuasan nasabah, masukan dari nasabah sangat penting dan harus dilakukan secara bertahap agar mengetahui loyalitas nasabah.
4. Memberikan biaya peralihan seperti potongan harga dengan negosiasi dengan pertimbangan untuk pelanggan yang setia.
5. Memberikan hadiah untuk nasabah yang setia agar mereka merasa dihargai dan akhirnya dapat mengikat nasabah agar tetap setia (Sambodo Rio Sasongko, 2021).

Ada beberapa karakteristik konsumen yang loyal diantaranya melakukan pembelian secara teratur, merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, menunjukkan keunggulan dari daya tarik produk atau

jasa. Konsumen yang loyal cenderung lebih percaya pada pilihannya , lebih memilih untuk mengurangi resiko dengan melakukan pembelian berulang terhadap suatu produk dan jasa yang sama. Semakin loyal konsumen maka semakin menguntungkan untuk suatu perusahaan dalam berbagai faktor.

Nasabah yang loyal mengalami beberapa tingkat loyalitas diantaranya yaitu loyalitas kognitif , loyalitas afektif dan loyalitas konatif dan loyalitas inersia. Loyaltas kognitif yaitu berhubungan dengan informasi yang didapatkan oleh nasabah berdasarkan pengalaman nasabah. Loyalitas afektif yaitu mencakup kepuasan atas layanan yang diharapkan. Loyalitas konatif yaitu melibatkan komitmen nasabah untuk terus menggunakan produk atau jasa layanan yang ditawarkan. Dan loyalitas inersia yaitu kesiapan nasabah dalam menghadapi kondisi perusahaan (Ahmadi, 2023).

#### **F. Kajian Pustaka**

Pertama, penelitian Nadia Mauliditta Septiana, Dwi Wahyu Artiningsih dan Hairudinor (2021) dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( PT Bank Rakyat Indonesia Persero TBK Cabang Banjarmasin Samudera). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya, semakin tinggi kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan semakin tinggi di Bank BRI Cabang Pangeran Samudera Banjarmasin. Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Variabel Kualitas Pelayanann secara tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Abibual Getachew Nigatu, Attinkugn Assefa Belete, Getnet Mamo Habtie (2023) dengan judul “Pengaruh kualitas layanan anjungan tunai mandiri terhadap kepuasan pelanggan: Bukti dari bank komersial Ethiopia”. Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa adanya hubungan yang menguntungkan dan berpengaruh positif secara statistik antara komponen ketergantungan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hal ini menyiratkan bahwa layanan ATM cukup dapat dipercaya sehingga pelanggan tidak perlu membawa uang tunai setiap saat, bahwa mereka memenuhi janji mereka, dan bahwa mereka melakukan pekerjaan dengan baik pada kali pertama. Nasabah akan memiliki pengalaman yang lebih baik menggunakan mesin anjungan tunai mandiri.

Ketiga, Agus Wiaston dan Ferra Eka Ramadhan (2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Kcp Bank Bri Malang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah, dan karena kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah secara signifikan, maka peningkatan kualitas pelayanan di Bank BRI dapat meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dari bank BRI.

Keempat, Oktovianus Sauw, Renny Mointi, A Syahrul Makkuradde, Sujatmiko, Angdy Ayu Mustika (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Pada PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan Sulselbar Mobile berkontribusi terhadap tingginya tingkat kepuasan yang dialami nasabah PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng. Kepuasan nasabah di PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng sedikit meningkat karena kemudahan dalam menggunakan Sulselbar Mobile. Kepuasan pelanggan di PT Bank Sulselbar cabang Soppeng dipengaruhi secara signifikan oleh keamanan penggunaan Sulselbar Mobile. Keramahan, kecepatan, dan keamanan Sulselbar Mobile memberikan dampak besar terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sulselbar cabang Soppeng.

Kelima, Nurjuni Arnita, Miti Yarmunida dan Yenti Sumarni (2023) dengan judul “Pengaruh *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (studi kasus Bank Syariah Indonesia)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketika ATM dan *Mobile Banking* digunakan bersama-sama, terdapat dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang diukur dengan uji F. Uji-T dan studi pendahuluan lainnya menunjukkan bahwa ATM dan mobile banking meningkatkan kebahagiaan nasabah.

Keenam, Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea (2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Jenius mobile. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Jenius mobile. Kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan melalui kepuasan terhadap loyalitas. Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya perasaan puas nasabah yang berasal dari kinerja jenius mobile yang melebihi harapannya mampu memunculkan rasa loyalitas nasabah.

Ketujuh, Nurmin Arianto dan Yulia Krismania Nirwana (2021) dengan judul “Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening””. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Kepuasan tidak dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

Kedelapan, Felita Restianti, Mila Fursiana Salma Musfiroh , Titik Hinawati, Ainun Khabib (2023) dengan judul “Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui *Self Service Technology* (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan iB Hijrah”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

ATM berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah rekening tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga, M-Banking berpengaruh terhadap kebahagiaan nasabah terhadap rekening tabungannya di iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga. Variabel Internet Banking tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti &amp; Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
1.	Nadia Mauliditta Septiana, Dwi Wahyu Artiningsih dan Hairudinor dalam Jurnal Bisnis dan Pembangunan, Edisi Juli-Desember 2021 Vol 10, No. 2, Berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (PT BANK RAKYAT INDONESIA PERSERO TBK CABANG BANJARMASIN SAMUDERA)”	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa . Variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Artinya, semakin tinggi kepuasan pelanggan maka loyalitas pelanggan semakin tinggi di Bank BRI Cabang Pangeran Samudera Banjarmasin. Variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh	Letak perbedaan pada penelitian ini yaitu pada variabel penelitian. Penelitian ini membahas tentang bagaimana kualitas pelayanan sedangkan penelitian saat ini membahas kualitas layanan <i>self service technology</i> yaitu ATM dan <i>Mobile banking</i> pada perbankan.

		secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Variabel Kualitas Pelayanann secara tidak langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.	
2.	<p>Abibual Getachew Nigatu, Attinkugn Assefa Belete, Getnet Mamo Habtie.</p> <p><a href="https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19132">https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19132</a></p> <p>Berjudul “Pengaruh kualitas layanan anjungan tunai mandiri terhadap kepuasan pelanggan: Bukti dari bank komersial Ethiopia” Diterima 13 Februari 2023.</p>	<p>Hasil dari jurnal penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang menguntungkan dan berpengaruh positif secara statistik antara komponen ketergantungan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hal ini menyiratkan bahwa layanan ATM cukup dapat dipercaya sehingga pelanggan tidak perlu membawa uang tunai setiap saat, bahwa mereka memenuhi janji mereka, dan bahwa mereka melakukan pekerjaan dengan baik pada kali pertama. Nasabah akan memiliki pengalaman yang lebih baik menggunakan mesin anjungan</p>	<p>Letak perbedan penelitian ini yaitu pada variabel penelitian yang dimana penelitian ini hanya membahas tentang kualitas pelayanan ATM. Sedangkan penelitian saat ini membahas tentang ATM ,<i>Mobile Banking</i> dan memiliki variabel dependen yaitu loyalitas dan variabel intervening yaitu kepuasan.</p>

		tunai mandiri.	
3	<p>Agus Wiaston , Ferra Eka Ramadhan. Dalam Journal homepage :<a href="http://journal.stiekop.ac.id/index.php/komasti">http://journal.stiekop.ac.id/index.php/komasti</a> Jurnal koperasi dan manajemen (2021) Berjudul : Pengaruh Kualitas Layanan Anjungan Tunai Mandiri Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kcp “Bank Bri Malang”</p>	<p>Penelitian ini mengemukakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah, dan karena kepuasan nasabah dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah secara signifikan, maka peningkatan kualitas pelayanan di Bank BRI dapat meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dari bank BRI.</p>	<p>Penelitian ini hanya membahas tentang layanan ATM dan menggunakan satu variabel dependen kepuasan. Sedangkan penelitian saat ini membahas tentang ATM , <i>Mobile Banking</i> serta memiliki variabel dependen yaitu loyalitas dan variabel intervening yaitu kepuasan.</p>
4	<p>Oktovianus Sauw, Renny Mointi, A Syahrul Makkuradde,Sujat miko, Angdy Ayu Mustika. Dalam Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN), Januari 2023 Berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile</p>	<p>Temuan dan pembahasan menghasilkan kesimpulan bahwa kemudahan penggunaan Sulselbar Mobile berkontribusi terhadap tingginya tingkat kepuasan yang dialami nasabah PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng. Kepuasan nasabah di PT Bank Sulselbar Cabang</p>	<p>Penelitian ini hanya membahas tentang kualitas layanan <i>mobile banking</i>. Sedangkan penelitian saat ini membahas tentang ATM ,<i>Mobile Banking</i> serta memiliki variabel dependen yaitu loyalitas dan</p>



	Banking Pada PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng”	Soppeng sedikit meningkat karena kemudahan dalam menggunakan Sulselbar Mobile. Kepuasan pelanggan di PT Bank Sulselbar cabang Soppeng dipengaruhi secara signifikan oleh keamanan penggunaan Sulselbar Mobile. Keramahan, kecepatan, dan keamanan Sulselbar Mobile memberikan dampak besar terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Sulselbar cabang Soppeng.	variabel intervening yaitu kepuasan.
5	Nurjuni Arnita, Miti Yarmunida dan Yenti Sumarni. Dalam jurnal Jurnal Tabarru' Islamic Banking and Finance Mei 2023 Yang berjudul “PENGARUH SELF SERVICE TECHNOLOGY (SST) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PENGGUNA LAYANAN DIGITAL (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA)”	penelitian ini menemukan bahwa ketika ATM dan <i>Mobile Banking</i> digunakan bersama-sama, terdapat dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang diukur dengan uji F. Uji-T dan studi pendahuluan lainnya menunjukkan bahwa ATM dan mobile banking meningkatkan kebahagiaan nasabah.	Perbedaan penelitian ini yaitu menggunakan 1 variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian saat ini membahas tentang ATM, <i>Mobile Banking</i> serta memiliki variabel dependen yaitu loyalitas dan variabel intervening yaitu kepuasan

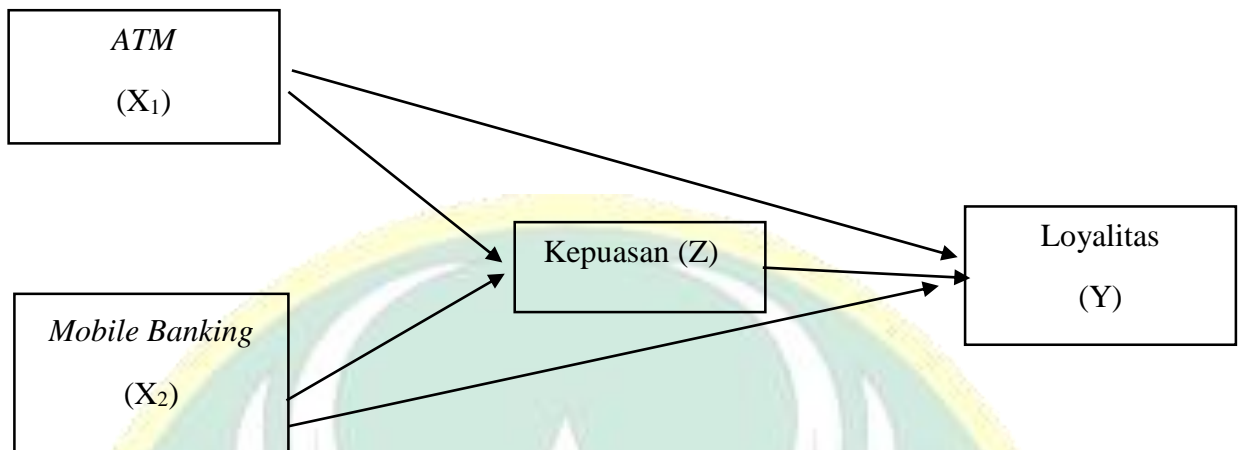
6	<p>Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea dalam jurnal Manajemen Dirgantara Vol.15, No.1, Juli 2022. Berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTiERVENING”</p>	<p>Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Jenius mobile. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah Jenius mobile. Kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan melalui kepuasan terhadap loyalitas. Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya perasaan puas nasabah yang berasal dari kinerja jenius mobile yang melebihi harapannya mampu memunculkan rasa loyalitas nasabah</p>	<p>Perbedaan penelitian ini yaitu menggunakan variabel kemudahan dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel independen yaitu ATM dan <i>mobile banking</i>.</p>
7	<p>Nurmin Arianto, Yulia Krismania Nirwana dalam jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium (2021) yang berjudul “KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH</p>	<p>Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Kepuasan tidak dapat memediasi</p>	<p>Perbedaan penelitian yaitu membahas tentang kualitas pelayanan sedangkan penelitian saat ini membahas tentang layanan self service technology yaitu ATM dan <i>mobile</i></p>

	SIMPANAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”	hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas	<i>banking.</i>
8	Felita Restianti , Mila Fursiana Salma Musfiroh , Titik Hinawati , Ainun Khabib dalam jurnal Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah Agustus 2023. Berjudul “Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui Self Service Technology (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan iB Hijrah”	Penelitian ini mengemukakan bahwa variabel ATM berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah rekening tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga, M-Banking berpengaruh terhadap kebahagiaan nasabah terhadap rekening tabungannya di iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga. Variabel Internet Banking tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan iB Hijrah.	Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dependen. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu hanya kepuasan. Sedang penelitian saat ini menggunakan variabel dependen loyalitas dan variabel intervening kepuasan

### G. Kerangka Berfikir

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono dalam Elvera 2021 kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting maka kerangka berfikir sebuah pemahaman yang dapat menalandasi pemahan lainnya sebuah pondasi yang paling dasar untuk menjadi pondasi bagi setiap pemikiran keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



#### H. Hipotesis Penelitian

Pernyataan isu penelitian biasanya diungkapkan sebagai sebuah pertanyaan dan hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap pertanyaan tersebut. Karena hanya didasarkan pada teori yang diterima dan bukan bukti empiris. Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

1. Pengaruh ATM terhadap kepuasan masyarakat kelurahan Purwanegara.

Menurut (Hoehle et al., 2012) keunggulan ATM dapat dikaitkan dengan beberapa faktor yang meningkatkan pengalaman perbankan nasabah. ATM menawarkan kenyamanan yang signifikan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses dimanapun dan kapanpun. Aksesibilitas ini merupakan faktor yang penting karena ATM bagian dari perkembangan perbankan yang modern, pada tahun 1970 an pengenalan ATM mulai ditandai dengan dimulainya saluran elektronik yang mampu memberikan landasan bagi perkembangan layanan perbankan elektronik selanjutnya. Inovasi ini tentunya bukan hanya meningkatkan layanan nasabah tetapi juga mengurangi biaya operasional pada perbankan. Selanjutnya, ATM menjadi subjek penelitian dimana kepercayaan, keamanan dan privasi kini menjadi hal yang signifikan dampaknya bagi nasabah. Dengan inovasi yang

dilakukan maka akan meningkatkan tingkat rasa kepuasan nasabah dalam menggunakan ATM.

Teori menurut Hoehloe 2012 mengenai ATM sejalan dengan penelitian Sahyu Siregar dan Riyan Pradesyah (2023) membuktikan bahwa ATM berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Maka hipotesis pada penelitian ini yaitu :

**H1 : ATM berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat**

2. Pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan masyarakat kelurahan Purwanegara.

*Mobile banking* adalah metode layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah melalui perangkat seluler. *Mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan hampir semua hal yang dapat dilakukan ATM, selain menarik uang tunai, termasuk melakukan transfer, memeriksa saldo. Selain hal tersebut, *mobile banking* juga memiliki fitur pembayaran seperti tagihan listrik, telepon dan sebagainya. Nasabah dapat menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih nyaman menggunakan *mobile banking* dibandingkan dengan mengunjungi ATM atau lokasi bank. (Arnita et al., 2023)

Teori yang digunakan dalam mempelajari *mobile banking* salah satunya itu model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model/TAM). Teori ini berfokus pada persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi. TAM telah dimodifikasi dalam berbagai penelitian untuk memasukan faktor yang spesifik untuk *mobile banking*. (Shaikh & Karjaluto, 2015)

Teori yang digunakan dalam penggunaan *mobile banking* sejalan dengan penelitian Nurjuni Arnita, Miti Yarmunida dan Yenti Sumarni (2023) membuktikan bahwa *Mobile Banking* terdapat dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

**H2 : *Mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.**

3. Pengaruh ATM terhadap loyalitas masyarakat kelurahan Purwanegara.

ATM adalah perangkat yang digunakan untuk mentransfer uang. Uang dapat dikeluarkan kepada seseorang yang memegang kartu ATM melalui penggunaan ATM sebagai alternatif penarikan tunai dari bank. Nasabah dapat melakukan tarik tunai dan transfer. Nasabah yang menerima kartu ATM dengan cepat dan mudah hanya dengan nomor identifikasi pribadi (PIN) yang unik untuk setiap pemegang kartu ATM. Dengan adanya kemudahan yang diberikan oleh layanan perbankan terutama dalam meningkatkan layanan ATM tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah karena nasabah dapat melakukan banyak transaksi keuangan dengan menggunakan satu mesin. (Wiastrono & Ramadhani, 2021).

Teori yang digunakan dalam penggunaan ATM tentunya sejalan dengan penelitian Nurul Fadhilah dan Damirah (2020) membuktikan bahwa ATM berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Hipotesis pada penelitian ini yaitu:

**H3 : ATM berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat**

4. Pengaruh *mobile banking* terhadap loyalitas masyarakat kelurahan Purwanegara

Menurut Arnita 2023 *Mobile banking* adalah metode layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah melalui perangkat seluler. *Mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan hampir semua hal yang dapat dilakukan ATM, selain menarik uang tunai, termasuk melakukan transfer, memeriksa saldo. Selain hal tersebut, *mobile banking* juga memiliki fitur pembayaran seperti tagihan listrik, telepon dan sebagainya. Nasabah dapat menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih nyaman menggunakan *mobile banking* dibandingkan dengan

mengunjungi ATM atau lokasi bank. Dengan aplikasi *mobile banking*, nasabah dapat melakukan pembelian kapanpun dan dimanapun. Keuntungan yang paling dirasakan dari *mobile banking* adalah penghematan waktu dan tenaga.

Teori yang digunakan dalam mempelajari *mobile banking* salah satunya itu model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model/TAM). Teori ini berfokus pada persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi. TAM telah dimodifikasi dalam berbagai penelitian untuk memasukan faktor yang spesifik untuk *mobile banking*. (Shaikh & Karjaluo, 2015)

Teori yang digunakan dalam penggunaan *mobile banking* tentunya sejalan dengan penelitian Nurul Fadhillah dan Damirah (2020) membuktikan bahwa *mobile banking* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh perbankan melalui *mobile banking* terus meningkatkan. Nasabah dapat melakukan semua transaksi dengan menggunakan satu aplikasi dan melalui *smartphone* saja. Dengan pelayanan yang diberikan tentunya nasabah akan loyal dalam menggunakan *mobile banking* tersebut. Hipotesis pada penelitian ini yaitu : **H4 : *Mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat**

5. Pengaruh kepuasan sebagai variabel intervening terhadap loyalitas masyarakat kelurahan Purwanegara.

Menurut Kotler kepuasan nasabah merupakan sejauh mana persepsi individu terhadap produk layanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka. Hubungan antara harapan nasabah dan kinerja yang dirasakan. Ketika kinerja sangat jauh dari harapan nasabah maka nasabah menjadi tidak merasa puas. Namun, jika nasabah merasa kebutuhannya terpenuhi, nasabah akan merasa sangat puas karena kebutuhannya jauh terlampaui (Zulkarnain et al., 2020). Menurut Fandy Tjiptono kepuasan

nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil/kinerja apa yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan nasabah merupakan bagian dari terciptanya penilaian kepuasan karena jika kepuasan itu tercipta nasabah berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu adanya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan perusahaan dengan begitu akan memberikan hal yang baik karena nasabah akan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan menguntungkan perusahaan, sehingga timbul minat dari nasabah untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Teori yang digunakan dalam kepuasan sebagai variabel intervening tentunya sejalan dengan penelitian Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea (2022) Membuktikan bahwa Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sebelum nasabah merasakan loyalitas, nasabah akan merasakan kepuasan terlebih dahulu. Hipotesis pada penelitian ini yaitu :

**H5 : Kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat.**

### I. Landasan Teologis

Islam mengajarkan semua ilmu salah satunya yaitu ilmu mengenai perbankan syariah. Dalam pelayanan perbankan syariah karyawan harus mencontoh bagaimana Rasulullah melayani pelanggan pada saat sedang berdagang. Seperti dalam firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan



bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

Menurut tafsir Ibnu katsir ketika Allah melembutkan hatinya untuk orang – orang yang mematuhi perintah dan perkataan yang menjadikan beliau bertutur kata yang baik menurut mereka. Hal tersebut diperuntukkan bagi Rasulullah, mengingatkannya akan pemberian yang diberikan kepadanya dan orang – orang mukmin (Zidni & Rojudin, 2023).

Dalam ayat diatas dapat dijadikan acuan dalam melakukan pelayanan. Memberikan pelayanan yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah. Memberikan pelayanan dengan lemah lembut dan ramah. Kualitas pelayanan yang baik tentunya akan memberikan kesan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen memiliki rasa puas. Kemudian dalam surat At- Taubah : 105 yang berbunyi :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسُوْرُوْنَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ

Artinya ; katakan lah ( Nabi Muhammad), ”Bekerjalah maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”

Menurut tafsir Hasbi Ash – Shidiqy membagi tujuan bekerja bagi orang muslim yaitu dunia, akhirat, diri sendiri dan umat. Setiap pekerjaan tersebut akan mendapatkan balasan yang baik di dunia maupun di akhirat. Selain itu, ayat tersebut juga menunjukkan betapa besarnya pengawasan terhadap segala pekerjaan. Sehingga pekerjaan tersebut akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah SWT.

Dari ayat diatas menjelaskan tentang semua pekerjaan yang dilakukan akan dimintai pertanggungjawaban. Maka dari itu kita harus memberika pelayanan prima yaitu pelayanan yang dilakukan dengan baik,

dengan penampilan yang profesional, memberikan pelayanan sesuai perjanjian, memberikan respon yang tanggap dan cepat pada saat dibutuhkan (Azizah et al., 2024).

Kemudian dengan adanya pelayanan yang baik tentunya tidak lepas dari perkembangan teknologi yang mendukung kualitas pelayanan tersebut. Seperti dalam Q.S Ali – Imran ayat 191.

إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا وَمَاتُوا وَهُمْ كُفَّارًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْ أَحَدِهِمْ مِلَّةٌ أَلَّا يَرْضَىٰ ذَهَبًا وَلَوْ أُفْتَدِيَ بِهِمْ أُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ وَمَا لَهُمْ مِنْ تَصْرِيحٍ

Artinya : “ Yaitu orang – orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia, Maha Suci Engkau lindungilah kami dari azab neraka.” (Q.S Ali – Imran : 191)

Menurut sayyid qutb menjelaskan ciri-ciri ulul albab adalah orang yang berzikir dan berpikir. Berzikir dalam segala kondisi baik saat berdiri, duduk maupun berbaring. Berpikir atau mentafakkuri penciptaan alam ini hingga sampai pada kesimpulan bahwa Allah swt menciptakan alam tidak ada yang sia-sia. Maka ia pun berdoa kepada Allah, memohon perlindungan dari siksa neraka (Nasir, 2021).

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa dengan adanya teknologi baru hendaknya menimbulkan manfaat untuk kehidupan umat manusia. Dan semua yang diciptakan Allah SWT tidak ada yang sia – sia. Semua yang diciptakan Allah SWT pasti memiliki manfaat sehingga kita sebagai manusia hendaknya memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik dan menggunakannya untuk hal yang bermanfaat untuk diri sendiri maupun orang lain. Selain pelayanan konsumen yang baik di dukung oleh sumber daya manusia, pelayanan yang baik juga di dukung oleh teknologi untuk memudahkan manusia dalam melakukan kegiatannya. Seperti dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al – A’la ayat 8

وَنُيَسِّرُكَ لِلْيُسْرَىٰ

Artinya : “Dan kami akan memudahkan bagimu jalan yang mudah.” (Q.S. Al - A’la : 8)

Menurut tafsir Al – Baghawi kami akan membimbing kepada syariat yang mudah yaitu al hanifiyah (bertauhid) dan As – samah (mudah).

Dari ayat tersebut menjelaskan bahwa agama islam merupakan agama yang mudah dan tidak mempersulit umatnya. Hal tersebut termasuk dalam penggunaan teknologi yang mampu memberikan kemudahan kepada manusia dalam memudahkan pekerjaannya. Dan agama islam memperbolehkan menggunakan teknologi untuk hal – hal yang dibenarkan dan tidak melanggar syariat islam (Basir & Ghani, 2023)..



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kuesioner. Hal tersebut dapat dilakukan untuk membantu tujuan utama penelitian yaitu untuk mengidentifikasi seberapa pengaruhnya varian suatu variabel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut buku (Sujarweni, 2019). Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang mengarah pada temuan dengan menggunakan proses statistik atau teknik kuantitatif (pengukuran) lainnya

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Purwanegara. Pelaksanaan penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 – Maret 2024.

#### **C. Sumber Data Penelitian**

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui perantara. Data ini dikumpulkan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan dari suatu penelitian. Datanya dalam berupa bentuk opini, hasil observasi, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Data primer dalam penelitian ini menggunakan data dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh 100 responden yang merupakan masyarakat Kelurahan Purwanegara ( Elvera et al., 2021).

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber lain, bukan dari sumber aslinya dan dengan menggunakan media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini menggunakan dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, dan lainnya. Penelitian ini juga menggunakan data dari

pihak lain yaitu Kelurahan Purwanegara. Tujuan penelitian menggunakan data sekunder ini yaitu untuk mengungkapkan sebuah fenomena permasalahan, untuk menunjukkan hubungan dua variabel atau lebih ( Elvera et al., 2021).

#### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

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

Menurut Sugiyono (1997:57) dalam Elvera 2021 populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan untuk merujuk pada sekelompok benda atau abstrak dengan karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya dan menjadi fokus dalam suatu penelitian. Masyarakat Kelurahan Purwanegara merupakan populasi dalam penelitian ini.

##### **2. Sampel**

Menurut Djarwanto (1994:43) dalam Elvera 2021 sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan hendak diteliti. Metode nonprobability sampling digunakan dalam penelitian ini dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling digunakan karena perhitungan besarnya sampel didasarkan pada kriteria tersebut. Sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kelurahan Purwanegara yang saat ini bekerja dan memanfaatkan layanan bank BRI. Seperti *Automatic Teller Machine* dan *Mobile Banking*.

Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dimana penentuan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu :

1. Masyarakat Kelurahan Purwanegara
2. Sedang bekerja
3. Menggunakan layanan digital BRI

Dalam penelitian ini untuk menentukan besaran sampel dengan menggunakan rumus Slovin (Sujarweni, 2019) sebagai berikut:

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

Keterangan :

n: ukuran sampel yang dibutuhkan

N: jumlah populasi

d: batas kesalahan yang diperkenankan (10%)

Maka, sampel pada penelitian ini dengan eror kesalahan sebesar 10% sebagai berikut

$$n = \frac{3958}{1 + (3958 \cdot (0.1)^2)}$$

$$n = \frac{3958}{1 + 39,58}$$

$$n = \frac{3958}{40,58}$$

$$n = 97,54$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah minimal sampel yang didapatkan yaitu 97,54. Maka penulisnya mengambil sampel sekurang-kurangnya yaitu 100 responden.

#### E. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

##### 1. Variabel Laten Exogen (variabel bebas)

Variabel laten exogen yaitu variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel laten exogen pada penelitian ini yaitu ATM dan *mobile banking*. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan X (Sujarweni, 2019).

##### 2. Variabel Laten Endogen (variabel terikat)

Variabel laten endogen yaitu variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel pada penelitian ini yaitu loyalitas. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan Y (Sujarweni, 2019).

### 3. Variabel Intervening

Variabel intervening yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas tetapi mempengaruhi variabel tergantung. Variabel ini terletak diantara variabel exogen dan endogen. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kepuasan. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan Z. (Elvera et al., 2021)

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

**Tabel 3.1**  
**Indikator Variabel**

<b>NO</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>
1.	<i>Automatic Teller Machine</i>	1. Mempermudah dalam penggunaan jasa perbankan 2. Pelayanan cepat dan mudah 3. Keamanan terjamin 4. Banyak bentuk layanan yang di sediakan (Wiastono & Ramadhani, 2021)
2.	<i>Mobile Banking</i>	1. Kemudahan Penggunaan 2. Efisien Waktu 3. Keamanan Sistem (Oktovianus Sauw et al., 2023)
3.	Kepuasan	1. Niat beli ulang 2. Ketersediaan untuk merekomendasikan 3. Konfirmasi harapan (Oktovianus Sauw et al., 2023)
4.	Loyalitas	1. Melakukan pembelian ulang 2. Tidak terpengaruh dengan produk lain 3. Mereferensikan kepada orang lain (Zulkarnain et al., 2020)

## F. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti memanfaatkan strategi pengumpulan data untuk menggali atau mengumpulkan informasi yang bersifat kuantitatif dari responden dalam sebuah penelitian. Penelitian ini akan bergantung pada data primer yang dikumpulkan melalui survei online dengan memakai *Gform*.

Kuesioner menurut Sujarweni (2019) adalah suatu metode pengumpulan informasi dengan mengajukan pertanyaan kepada sekelompok orang dan mengumpulkan tanggapan mereka. Selanjutnya penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi. Dokumentasi menurut Sujarweni (2019) ialah proses mengevaluasi suatu gambar dari sebuah dokumentasi yang dapat mendukung penelitian kita. Analisis dokumen lebih berguna untuk dokumen tertentu, seperti data penelitian atau hasil penelitian. Dan penelitian ini menggunakan teknik observasi. Menurut Sujarweni (2019) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

Skala respon yang digunakan adalah Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan sikap individu atau kelompok terhadap fenomena sosial dan menghasilkan perubahan skala variabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Pedoman Skala Likert**

<b>Petanyaan</b>	<b>Angka</b>
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1



## G. Teknik Pengujian

### 1. Alat Analisis Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden sesuai dengan kriteria penelitian. Pengujian hipotesis menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS) sebagai alat ukur.

Menurut world 1985 dalam (Ghozali 2015 : 5) *Partial Least Squares* (PLS) adalah metode analisis data yang sering disebut dengan *soft modeling* karena mentiadakan asumsi OLS (*Ordinary Least Squares*) regresi seperti, data harus terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya problem multikolonieritas antara variabel eksogen. Analisis PLS – SEM melalui dua model pengukuran yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

### 2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

#### a. Uji Validitas

Uji validitas pada analisis SEM-PLS dibagi menjadi dua tahap, tahap pertama yaitu analisis validitas *convergent* dan yang kedua yaitu analisis validitas *discriminant*. Uji validitas *convergent* berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur dari suatu konstruk harus berkorelasi tinggi. Uji validitas *convergent indikator refleksif* dengan program smartpls 3.0 dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstruk. (Ghazali 2015 : 74)

**Tabel 3.3**

***Rule of Thumb Uji Validitas***

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	<i>Rule of Thumb</i>
Validitas <i>Convergent</i>	<i>Loading Factor</i>	> 0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> jika >0.60 untuk <i>Exploratory Research</i> .
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,50 untuk <i>Confirmatory</i> serta <i>Exploratory Research</i> .

Validitas <i>Discriminant</i>	<i>Cross Loading</i>	> 0,70 untuk setiap variabel..
----------------------------------	----------------------	--------------------------------

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab dengan hal yang berkaitan kontruk pertanyaan yang merupakan suatu variabel yang disusun dalam bentuk kuesioner. (Sujarweni 2019). Pada analisis SEM-PLS , suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai composite reliability dan cronbach's alpha dari setiap variabel diatas 0.70. (Ghozali 2015 : 77)

**Tabel 3.4**  
**Rule Of Thumb Realiabilitas**

Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	> 0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> jika > 0.60 masih dapat diterima untuk <i>Exploratory Research</i> .
	<i>Composite Reliability</i>	> 0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> jika > 0.60 masih dapat diterima untuk <i>Exploratory Research</i> .

#### 3. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Proses penentuan awal model struktural dengan melihat nilai *R-Squares* untuk setiap variabel endogen yang digunakan sebagai acuan model struktural. *R-Squares* digunakan untuk menggambarkan pengaruh variabel eksogen saat ini terhadap variabel endogen, khususnya apakah berpengaruh signifikan. Menunjukkan model yang kuat jika,Nilai *R-Square* sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 (Ghazali,2015)

**Tabel 3.5**  
***Rule of Thumb Structural R-square***

Kriteria	<i>Rule of Thumb</i>
R-square	0,75, 0,50 dan 0,25 (nilai menunjukkan hubungan kuat, moderat dan lemah)

Selanjutnya, untuk menganalisis pengaruh antar variabel dilakukan analisis *bootstrapping* yang menunjukkan nilai signifikansi antar variabel laten. Untuk menguji hipotesis dapat dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistic* dan *P-Values* pada uji *Path Coefficient*. Untuk nilai *T-Tabel* pada signifikansi 10% adalah 1,65. Sehingga kriteria suatu hipotesis dapat diterima adalah apabila  $T\text{-Statistic} > T\text{-Tabel}$  atau dapat dilihat pada nilai *P Values* yang dipersyaratkan untuk nilai signifikansi 5% adalah  $< 0,05$ . (Ghozali, 2015 : 81)



## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini diawali dengan munculnya layanan *self service technology* perbankan yaitu *automatic teller machine/ATM* dan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Rakyat Indonesia. Layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan transaksi nasabah dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah dalam fasilitas yang diberikan. Karena dengan fasilitas layanan perbankan ini nasabah dapat lebih mudah melakukan transaksi tanpa harus pergi ke bank. Segala hal tentang produk dan layanan perbankan dapat diakses menggunakan *mobile banking* BRI sehingga nasabah lebih praktis karena dapat mengaksesnya kapan saja dan dimana saja. Layanan *mobile banking* BRI yang mudah dioperasikan dan sudah banyak di gunakan dikalangan masyarakat.

Masyarakat purwanegara yang sudah mengikuti perkembangan teknologi tentu sudah merasa dampak positif dari menggunakan layanan digital BRI sehingga nasabah merasakan kepuasan dan loyalitas terhadap layanan yang di sediakan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nurmin Arianto, Yulia Krismania Nirwana yang berjudul “Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian tersebut beranggapan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan dalam penelitian ini kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengenai *automatic teller machine*, *mobile banking*, kepuasan nasabah. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Perolehan data dengan cara *nonprobability sampling* dengan menggunakan dokumen seperti buku, jurnal, website dan data dari Kelurahan Purwanegara. Penelitian ini Pengujian hipotesis menggunakan metode *Structural Equation Model (SEM)* dengan *Partial Least Square*

(PLS) sebagai alat ukur.

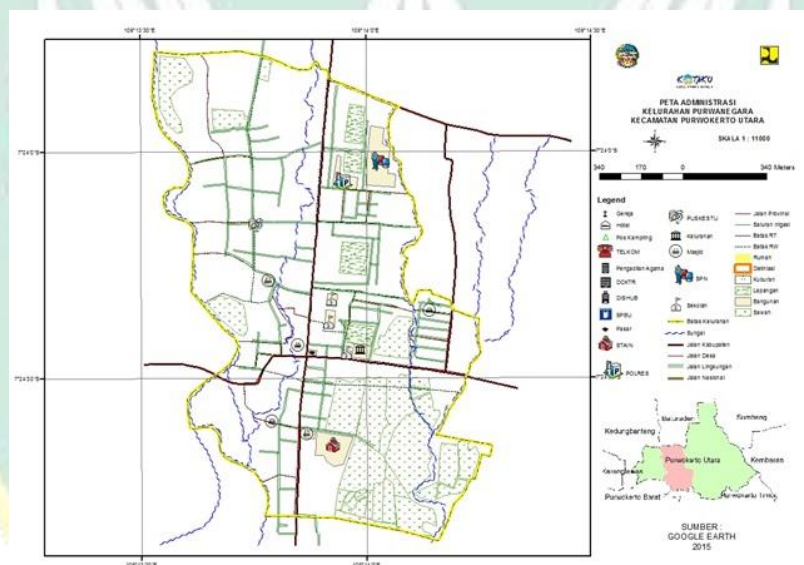
Analisis data menggunakan evaluasi model pengukuran yaitu uji reliabilitas dan uji validitas dan evaluasi model struktural.

Penelitian ini menggunakan objek masyarakat Kelurahan Purwanegara. Pengumpulan data penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat melalui google form dengan jumlah responden 100.

### 1. Profil Kelurahan Purwanegara

Kelurahan purwanegara merupakan salah satu kelurahan yang ada di kecamatan Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah dengan peta wilayah sebagai berikut :

**Gambar 4.1**  
**Peta Kelurahan Purwanegara**



### 2. Visi dan Misi Kelurahan Purwanegara

#### a. Visi

Terwujudnya kepuasan masyarakat dalam menerima pelayanan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### b. Misi

- 1) Meningkatkan wawasan dan pengetahuan masyarakat untuk menunjang pemerintahan yang baik

2) Memberikan pelayanan yang maksimal untuk mendukung pertumbuhan investasi

3) Mewujudkan suasana yang toleran antar agama untuk mendukung kasih sayang dan kedamaian.

3. Penduduk menurut jenis kelamin

Laki – laki :.125 jiwa

Perempuan : 4.147 jiwa

4. Batas Wilayah

Kawasan Kelurahan Purwanegara terletak di Kecamatan Purwokerto Utara dengan batas wilayah sebagai berikut :

Sebelah Utara	Desa Purwasari, Kecamatan Baturaden
Sebelah Selatan	Kelurahan Sokanegara, Kecamatan Purwokerto Timur dan Kelurahan Kedungwuluh Kecamatan Purwokerto Barat
Sebelah Timur	Kelurahan Sumampir dan Kelurahan Bancarkembar Kecamatan Purwokerto Utara
Sebelah Barat	Kelurahan Bobosan Kecamatan Purwokerto Utara

5. Kondisi Geografis

Luas keseluruhan kawasan Kelurahan Purwanegara yaitu +170,2 Ha. Dengan kondisi kontur tanahnya yang datar sehinggannya sebagian besar daerahnya adalah permukiman.

6. Kondisi Demografis

Per tanggal 22 Februari 2022 Menurut data Sistem Informasi Manajemen Administrasi Desa/Kelurahan (SMARD) jumlah penduduk Kelurahan Purwanegara sebesar 8.272 jiwa yang terdiri dari 2.773 Kepala Keluarga (KK).

## B. Deskripsi Responden

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan data melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik pengambilan

sampel yaitu *Purposive sampling* yang mengambil datanya dengan pertimbangan tertentu. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di sebar kepada masyarakat sekitar kelurahan purwangera yang menggunakan layanan digital bank rakyat indonesia (BRI) yaitu ATM dan mobile banking dan sedang bekerja dengan mengambil 100 responden.

Pada deskripsi responden ini peneliti menyajikan beberapa data mengenai gambaran responden untuk memahami lebih dalam mengenai hasil penelitian ini. Deskripsi responden ini digunakan untuk mendeskripsikan keadaan dan kondisi responden. Dengan daftar pertanyaan baik tentang jenis pekerjaan, umur, dan lainnya yang bertujuan untuk mengetahui lebih jelas gambaran responden yang digunakan sebagai objek penelitian. Gambaran umum dari responden sebagai objek penelitian yaitu :

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat kelurahan purwanegara dengan jumlah 100 responden. Dengan hasil penelitian dapat dilihat karakteristik responden yaitu :

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki – Laki	45	45,5 %
2.	Perempuan	55	54,5 %
	Jumlah	100	100%

Sumber data diolah 2024

Pada tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden bejenis laki – laki berjumlah 45 atau 45,5% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 55 atau 54,5%.

#### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1,	20 – 35 tahun	28	27,7 %
2.	36 – 45 tahun	24	23,8%
3.	46 – 55 tahun	42	41,6%
4.	56 – 65 tahun	6	6,9 %
	Jumlah	100	100%

Sumber data diolah 2024

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan usia meliputi : 20-35 tahun berjumlah 28 orang (27,7%), responden berusia 36-45 tahun berjumlah 24 orang (23,8%), responden berusia 46-55 tahun berjumlah 42 orang (41,6%), responden berusia 55- 65 tahun berjumlah 6 orang (6,9%).

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.

Responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	PNS	5	5%
2.	Pegawai Swasta	18	17,8%
3.	Wiraswasta	17	16,8 %
4.	Pedagang	28	27,7 %
5.	Guru	8	8,9%
6.	Lainnya	24	23,8%
	Jumlah	100	100%

Sumber data diolah 2024

Pada tabel 4.3 menunjukan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaan meliputi : PNS berjumlah 5 orang (5%), pegawai swasta berjumlah 18 orang (17,8%), wiraswasta berjumlah 17 orang (16,8%),



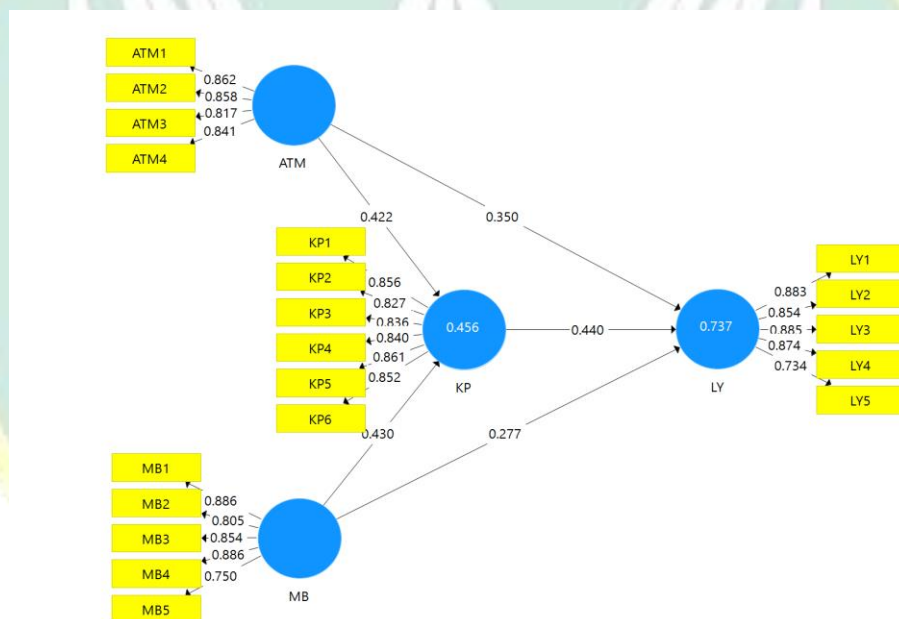
pedagang berjumlah 28 orang (27,7%), guru berjumlah 8 orang (8,9%), lainnya berjumlah 24 orang (23,8%).

## C. Hasil Analisis Data

### 1. Evaluasi Model Pengukuran

Uji validitas dan uji reliabilitas (*outer model*) terhadap setiap indikator pembentuk konstruk laten perlu dilakukan dalam awal tahap menganalisis sebuah penelitian. Ada dua tahap untuk mengukur indikator yaitu dari validitas *convergent* dan validitas *discriminant*. Uji reliability dapat dilakukan dengan menggunakan nilai dari *composite reliability* serta nilai dari *cronbach's alpha* (Ghozali,2015)

**Gambar 4.2**  
**Output PLS Algorithm**



Sumber : data primer yang diolah 2024

#### a. Uji validitas

Hubungan antar indikator dapat dilihat dari tahap uji validitas *convergent*. Skala indikator yang digunakan saling berhubungan itu merupakan syarat dari validitas *convergent*. Nilai yang bersifat *confirmatory* yaitu nilai *loading factor*  $>0,7$  dan nilai *avarage variance extracted*  $>0,5$  untuk memenuhi syarat.

**Tabel 4.4**  
**Nilai Loading Factor**

	ATM	Mobile Banking	Kepuasan	Loyalitas
ATM1	0,862			
ATM2	0,858			
ATM3	0,817			
ATM4	0,841			
MB1		0,886		
MB2		0,805		
MB3		0,854		
MB4		0,886		
MB5		0,750		
KP1			0,856	
KP2			0,827	
KP3			0,836	
KP4			0,840	
KP5			0,861	
KP6			0,852	
LY1				0,883
LY2				0,854
LY3				0,885
LY4				0,874
LY5				0,734

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa keseluruhan nilai dari *loading factor* lebih besar dari 0,7. Dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator yang digunakan telah memenuhi syarat dari *validitas convergent*.

**Tabel 4.5**  
**Nilai dari Average Variance Extracted**

	<i>Average Variance Extracted</i>
ATM	0,713
Mobile Banking	0,714
Kepuasan	0,719
Loyalitas	0,702

Sumber : Data Primer yang diolah 2024

Berdasarkan 4.5 dapat disimpulkan bahwa nilai AVE memnunjukkan nilai lebih besar dari 0,5 dan sudah memenuhi syarat kedua dari validitas *convergent*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah memenuhi syarat dari pengujian validitas *convergent*.

**Tabel 4.6**  
**Nilai Cross Loading**

	ATM	Mobile Banking	Kepuasan	Loyalitas
ATM1	<b>0,862</b>	0,217	0,448	0,496
ATM2	<b>0,858</b>	0,213	0,352	0,515
ATM3	<b>0,817</b>	0,185	0,537	0,609
ATM4	<b>0,841</b>	0,248	0,430	0,568
MB1	0,224	<b>0,886</b>	0,506	0,532
MB2	0,125	<b>0,805</b>	0,327	0,368
MB3	0,250	<b>0,854</b>	0,365	0,441
MB4	0,253	<b>0,886</b>	0,448	0,576
MB5	0,194	<b>0,750</b>	0,541	0,546
KP1	0,450	0,472	<b>0,856</b>	0,636
KP2	0,400	0,376	<b>0,827</b>	0,644
KP3	0,373	0,342	<b>0,836</b>	0,629
KP4	0,506	0,473	<b>0,840</b>	0,659
KP5	0,502	0,506	<b>0,861</b>	0,648
KP6	0,451	0,533	<b>0,852</b>	0,708
LY1	0,584	0,529	0,670	<b>0,883</b>
LY2	0,510	0,470	0,666	<b>0,854</b>
LY3	0,604	0,619	0,707	<b>0,885</b>
LY4	0,616	0,569	0,715	<b>0,874</b>
LY5	0,430	0,314	0,493	<b>0,734</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Validitas *dicriminant* merupakan uji untuk mengetahui hubungan antar indikator konstruk dengan indikator kontruk lainnya, dapat dilihat dari nilai *cross loading*. Dimana indikator dengan konstruknya dan pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Dengan melihat nilai *cross loading* di setiap konstruk di atas 0.70 untuk menguji validitas *dicriminant*. (Ghozali,2015)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai korelasi indikator dengan konstraknya lebih tinggi jika dibandingkan dengan konstruk lainnya. Nilai *cross loading* untuk setiap indikator sudah diatas 0.70, maka disimpulkan data yangdigunakan memiliki validitas *dicriminant* yang baik.

b. Uji Reliabilitas

Tahap uji relabilitas dilakukan untuk menguku kesuaian indikatornya. Ada dua tahap dalam uji reliabilitas ini yaitu dilihat dari *cronbach's alpha* dan dapat dilihat juga dari nilai *composite reliability*. Nilai *cronbach's alpha* harus diatas 0,70 dan untuk *composite reliability* harus diatas nilai 0,7 (Ghozali,2015)

**Tabel 4.7**

**Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliabilty**

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
ATM	0,866	0,909
Mobile Banking	0,894	0,921
Kepuasan	0,920	0,938
Loyalitas	0,092	0,927

Sumber : data primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan data penelitian sudah memenuhi syarat dari reliabilitas. Karena, seluruh nilai *cronbach's alpha* memiliki angka diatas 0,70 dan nilai *composite reliability* memiliki angka diatas 0,7.

## 2. Evaluasi Model Struktural

Nilai *R- square* digunakan sebagai cara untuk menguji model struktural ini. Dimana, untuk mengetahui besarnya nilai signifikansi dari nilai *T-Statistic* harus dilakukan *output bootstrapping* yang dapat melihat secara jelas signifikansi pengaruh dari antar konstruk dari nilai *path coefficients*. (Ghozali,2015)

a. Nilai *R-square*

Nilai *R-square* dikatakan kuat jika memiliki nilai 0,75. Dikatakan moderat/sedang jika memiliki nilai 0,50 dan dikatakan lemah jika memiliki nilai 0,25. *R-square* juga bisa dikatakan sebagai uji *goodness-fit* model.

**Tabel 4.8 Nilai *R-square***

	<i>R- square</i>	<i>R square Adjusted</i>
Kepuasan	0,456	0,445
Loyalitas	0,737	0,729

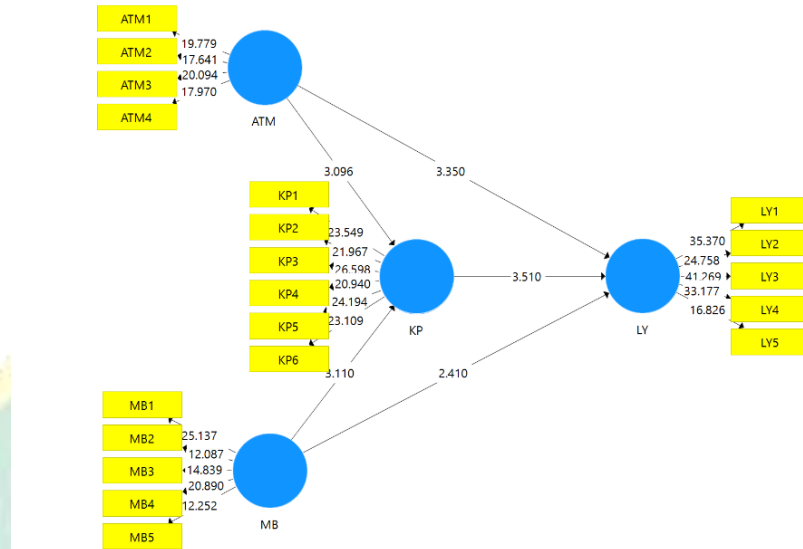
Sumber: data primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa nilai *R-square* menunjukkan bahwa kepuasan memiliki nilai sebesar 0,456. Maka dapat dikatakan hubungan antar variabel adalah sedang atau moderat. Sedangkan *R-square* loyalitas memiliki nilai sebesar 0,737. Maka dapat dikatakan hubungan antar variabel adalah kuat.

b. Pengujian Hipotesis

Analisis *bootstrapping* dilakukan untuk melihat pengaruh signifikansi dari suatu konstruk. Nilai signifikansi pada analisis *bootstrapping* yaitu sebesar 5%. Analisis *bootstrapping* dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidak signifikannya pengaruh dari variabel bebas dan variabel terikat. *T- statistic* untuk melihat pengaruh signifikan variabelnya. Signifikan level 5% (two – tailed) yang digunakan dalam penelitian ini sehingga nilai *T-tabel* sebesar 1,96. Dapat dikatakan variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat jika nilai *T-statistic* >1,96. Variabel yang memiliki nilai *P Values* <0,05 atau 5% dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan.

**Gambar 4.3**  
**Output Bootstrapping**



**Tabel 4.9**  
**Nilai Koefisien Jalur dan T-statistic**

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T-Statistic ( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>
ATM -> kepuasan	0,422	3,096	0,001
ATM -> loyalitas	0,350	3,350	0,000
Mobile banking -> kepuasan	0,430	3,110	0,001
Mobile banking -> loyalitas	0,277	2,410	0,008
Kepuasan -> loyalitas	0,440	3,510	0,000

Sumber : Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.9 nilai keseluruhan koefisien jalur dan T-statistic dari pengujian *bootstrapping* menunjukkan bahwa nilai T-statistic  $> 1,96$  dan P value  $< 0,05$ .

## D. Pembahasan

Dari analisis yang telah dilakukan menggunakan software SmartPLS 3.0 kemudian dilakukan pembahasan mengenai hasil dari output inner model yang mampu memberikan hasil yang jelas dari pengaruh antar variabel yang diteliti. Pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu ATM, *mobile banking*, sebagai variabel bebas. Loyalitas sebagai variabel terikat dan kepuasan sebagai variabel intervening.

### 1. Pengaruh ATM terhadap kepuasan

ATM merupakan perangkat yang digunakan untuk mentransfer uang. Nasabah dapat melakukan tarik tunai dan transfer dengan cepat mudah dengan hanya menggunakan satu kartu. ATM dapat menggantikan posisikan fungsi teller untuk melakukan tipe transaksi perbankan tertentu. Menurut Hoehle 2012 keunggulan ATM dapat dikaitkan dengan beberapa faktor yang meningkatkan pengalaman perbankan nasabah. ATM menawarkan kenyamanan kepada nasabah karena nasabah dapat melakukan transaksi tidak terbatas waktu. Dengan adanya pelayanan ATM tentunya dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, pelayanan yang diberikan ATM harus juga sesuai dengan harapan nasabah, sehingga nasabah merasakan kepuasan dengan pelayanan yang ada di ATM (Wiastrono & Ramadhani, 2021). Dalam islam juga mengajarkan pada Q.S Al – A'la : 8 tentang Allah memberikan kemudahan kepada umatnya. Dan agama islam memperbolehkan umat islam untuk menggunakan teknologi untuk hal hal yang bermanfaat dan tidak melanggar syariat islam.

Dari hasil Bootstrapping menjelaskan bahwa ATM berpengaruh terhadap kepuasan. Dapat dilihat dari nilai T-statistic  $>$  T-tabel yang menunjukkan  $3,096 > 1,96$ . Atau nilai dari P Values  $0,001 < 0,05$  sehingga hipotesis pertama di terima. Hal ini berarti ATM berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat yang dimana ATM telah dilakukan oleh bank rakyat indonesia (BRI) berupa tarik tunai, transfer antar bank, cek saldo dan lainnya. Menurut Fandy Tjiptono kepuasan nasabah adalah tingkat

perasaan seseorang setelah membandingkan hasil atau kinerja apa yang ia rasa dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan masyarakat muncul ketika apa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Kepuasan merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, kepuasan nasabah hal yang sangat diperhatikan. Kepuasan nasabah akan muncul ketika apa yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan ATM maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat. Karena seseorang merasakan puas jika sudah merasakan lalu membandingkan sesuatu sesuai dengan pengalamannya.

Dari hasil penelitian ini, yang sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abibual Getachew Nigatu, Attinkugn Assefa Belete, Getnet Mamo Habtie dengan judul “Pengaruh kualitas layanan anjungan tunai mandiri terhadap kepuasan pelanggan: Bukti dari bank komersial Ethiopia”. Bahwa hasil dari penelitian tersebut ATM berpengaruh positif terhadap kepuasan. Dimana dengan adanya ATM dapat di akses 24 jam dan dapat melayani tanpa harus datang ke bank.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ATM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa bertambah tidaknya kepuasan masyarakat akan berpengaruh pada tinggi rendahnya penggunaan ATM.

## 2. Pengaruh ATM terhadap loyalitas

Selain tentang pengaruh ATM terhadap kepuasan selanjutnya yaitu ATM terhadap loyalitas. nasabah akan merasakan loyalitas jika nasabah sudah merasakan puas terhadap suatu layanan yang diberikan. Dengan pelayanan yang disediakan oleh ATM dapat memberikan rasa kepuasan pada nasabah. Saat ini ATM menjadi salah satu sarana terpenting bagi bank untuk memberikan pelayanan yang efektif kepada nasabah. Berdasarkan teori Menurut Hoehle 2012 keunggulan ATM dapat dikaitkan dengan beberapa faktor yang meningkatkan pengalaman perbankan nasabah. Pihak perbankan dapat memelihara loyalitas nasabah dengan cara



menghadirkan kedekatan nasabah dengan perusahaan, memperlakukan nasabah sesuai dengan keinginan mereka. Perusahaan harus bisa memperhatikan apa saja yang diinginkan nasabah agar terpeliharanya loyalitas. Salah satunya yaitu menyediakan pelayanan yang baik. Seperti dalam Q.S Ali- Imran : 159 tentang anjuran untuk bersikap lemah lembut dalam melayani nasabah. Dengan sikap lembut dan tutur kata yang baik maka nasabah akan memiliki rasa puas tersendiri sehingga dapat menumbuhkan rasa loyalitas dari pengalaman yang didapatkan oleh nasabah.

Dari hasil *Bootstrapping* menjelaskan bahwa ATM berpengaruh terhadap loyalitas. Dapat dilihat dari nilai T-statistic  $>$  T-tabel yang menunjukkan  $3,350 > 1,96$ . Atau nilai dari P Values  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis kedua di terima. Hal ini berarti ATM berpengaruh terhadap loyalitas masyarakat. Berdasarkan teori Hoele 2012 dengan meningkatkan pengalaman perbankan nasabah dengan ATM menawarkan kenyamanan dalam bertransaksi dan memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening bank di lokasi manapun. Dengan pengalaman yang dimiliki oleh nasabah dengan bertransaksi menggunakan ATM tentunya dapat menumbuhkan rasa loyalitas. Loyalitas merupakan hal yang paling penting dalam mempertahankan nasabah. Jika nasabah sudah merasakan kepuasan maka nasabah akan loyal, nasabah yang loyal akan melakukan pembelian ulang atau menggunakan kembali suatu produk dan akan mereferensikan kepada orang lain.

Dari hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agus Wiastono dan Ferra Eka yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan ATM dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada KCP BRI Malang”. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa ATM berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ATM berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Dengan kualitas layanan ATM BRI yang

semakin meningkat dan kepuasan masyarakat meningkat maka masyarakat pun akan loyal dalam menggunakan produk tersebut.

### 3. Pengaruh *Mobile banking* terhadap kepuasan

*Mobile banking* merupakan metode layanan yang diberikan perbankan yang dapat diakses menggunakan *smartphone*. Nasabah dapat melakukan transaksi lebih nyaman dalam satu genggam saja. *Mobile banking* ini tentunya memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan ATM. *Mobile banking* dapat diakses maupun dengan koneksi yang lambat, *mobile banking* dapat diakses dengan jangkauan koneksi yang lebih luas dan biaya yang dikenakan lebih murah. Teori yang digunakan dalam *mobile banking* ini yaitu teori TAM. Teori ini mempelajari tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan teknologi (Shaikh & Karjaluoto, 2015). Dengan kelebihan yang dimiliki oleh *mobile banking* tentunya nasabah akan tertarik untuk menggunakannya. Kegunaan dan kemudahan yang dimiliki oleh *mobile banking* dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi sehari – hari.

Dari hasil Bootstrapping menjelaskan bahwa *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan. Dapat dilihat dari nilai T-statistic  $> T$ -tabel yang menunjukkan  $3,110 > 1,96$ . Atau nilai dari P Values  $0,001 < 0,05$  sehingga hipotesis ketiga di terima. Berdasarkan teori TAM yang berfokus pada kemudahan penggunaan yang diyakini dapat mempengaruhi individu dalam menggunakan teknologi. Seperti Q.S Al – A'ala yang menjelaskan bahwa agama islam adalah agama yang mudah dan tidak mempersulit umatnya. Hal tersebut termasuk dalam penggunaan teknologi *mobile banking* yang mampu memberikan kemudahan untuk manusia dalam melakukan transaksi. Setiap nasabah yang merasakan kemudahan yang disediakan oleh *mobile banking* sehingga meningkatkan pelayanan yang tersedia. Hal ini berarti menunjukkan setiap peningkatan layanan *mobile banking* meningkat juga kepuasan masyarakat. Dalam menilai layanan *mobile banking* bank rakyat indonesia (BRI) memiliki

*mobile banking* yang sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi. Dengan tersedianya semua layanan yang ada di *mobile banking* BRI seperti membayar listrik, membeli pulsa, transfer antar bank membuat nasabah merasa puas menggunakan layanan digital BRI.

Dari hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktovianus Sauw, Renny Mointi, A Syahrul Makkuradde, Sujatmiko, Angdy Ayu Mustika yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Pada PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng”. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

Tentunya hal tersebut sejalan dengan teori yang digunakan yaitu teori TAM/ Technology Acceptance Model dimana teori tersebut berfokus pada kemudahan penggunaan. *Mobile banking* merupakan teknologi digital yang memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Dengan kemudahan yang diberikan dan meningkatnya layanan *mobile banking* maka semakin meningkat juga kepuasan masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* merupakan faktor yang tidak dapat terpisahkan dengan kepuasan.

#### 4. Pengaruh *Mobile banking* terhadap loyalitas

Selain pengaruh *mobile banking* terhadap kepuasan, selanjutnya yaitu pengaruh *mobile banking* terhadap loyalitas. Nasabah akan berminat menggunakan teknologi jika teknologi tersebut memberikan manfaat yang positif. Manfaat yang tersedia dalam *mobile banking* diharapkan nasabah dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Dengan menggunakan *mobile banking* nasabah dapat menghemat tenaga dan waktu. Layanan yang disediakan dalam *mobile banking* juga sudah beragam. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas nasabah untuk terus menggunakan produk tersebut. Nasabah yang loyal cenderung lebih percaya dengan pilihannya, lebih memiliki untuk mengurangi resiko dengan melakukan pembelian berulang pada suatu produk atau jasa yang

sama (Ahmadi, 2023). Seperti dalam Q.S Ali – Imran : 191 menurut Sayyid Qutb Allah swt menciptakan alam tidak ada yang sia – sia. Sama halnya dengan adanya *mobile banking* ini tentunya tidak sia – sia. Karena *mobile banking* memiliki banyak manfaat yang dapat kita manfaatkan untuk kebaikan.

Dari hasil Bootstrapping menjelaskan bahwa *mobile banking* berpengaruh terhadap loyalitas. Dapat dilihat dari nilai T-statistic  $> T$ -tabel yang menunjukkan  $2,420 > 1,96$ . Atau nilai dari P Values  $0,008 < 0,05$  sehingga hipotesis keempat di terima. Hal tersebut berarti *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas masyarakat. Tentunya hal tersebut sejalan dengan teori yang digunakan yaitu teori TAM/ *Technology Acceptance Model* dimana teori tersebut berfokus pada kemudahan penggunaan. *Mobile banking* merupakan teknologi digital yang memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Layanan *mobile banking* BRI yang lengkap dan semakin meingkat selain meningkatkan rasa kepuasan masyarakat tentunya juga akan meningkatkan rasa loyalitas masyarakat. Karena masyarakat akan menggunakan kembali layanan tersebut untuk membantu memudahkan dalam melakukan transaksi sehari – hari. Kemudian masyarakat akan merekomendasikan kepada orang lain.

Dari hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Munfaqiroh, Dike Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

##### 5. Pengaruh kepuasan sebagai variabel intervening terhadap loyalitas.

Kepuasan nasabah berkontribusi dalam terciptanya loyalitas nasabah, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas staf. Hal tersebut menunjukkan bahwa menarik nasabah jauh lebih mahal daripada

mempertahankan nasabah. (Anggraeni & Arafah, 2023). Kepuasan nasabah dapat dilihat dari kesediaan nasabah untuk memberi ulang, ketersediaan nasabah untuk merekomendasikan dan kesesuaian antara kinerja produk dan layanan jasa yang diharapkan. Nasabah akan merasa loyalitas jika nasabah sudah merasakan puas terlebih dahulu yang dimana mengukur kepuasan nasabah adalah hal penting yang harus dilakukan agar dapat mengetahui loyalitas nasabah. Kepuasan dan loyalitas tentunya tidak lepas dari kualitas pelayanan yang baik. Seperti dalam Q.S Ali- Imran : 159 tentang anjuran untuk bersikap lemah lembut dalam melayani nasabah. Dengan sikap lembut dan tutur kata yang baik maka nasabah akan memiliki rasa puas tersendiri sehingga dapat menumbuhkan rasa loyalitas dari pengamalan yang didapatkan oleh nasabah.

Dari hasil Bootstrapping menjelaskan bahwa kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap loyalitas. Dapat dilihat dari nilai T-statistic > T-tabel yang menunjukkan  $3,510 > 1,96$ . Atau nilai dari P Values  $0,000 < 0,05$  sehingga hipotesis kelima di terima. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono yaitu kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil/kinerja yang dirasakan dan dibandingkan dengan harapannya, jika harapan nasabah nasabah sudah melampaui dari apa yang diharapkan maka nasabah tersebut akan merasakan loyalitas. Hal tersebut berarti kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Artinya perasaan puas yang dimiliki masyarakat melebihi dari harapannya sehingga mampu memunculkan perasaan loyalitas terhadap masyarakat. Seseorang akan memiliki rasa loyal setelah seseorang merasakan kepuasan dalam suatu produk atau pelayanan suatu jasa. Maka seseorang untuk menuju loyalitas harus melalui rasa puas terlebih dahulu.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmin Arianto, Yulia Krismania Nirwana yang berjudul “Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening”. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan

bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurmin Arianto, Yulia Krismania Nirwana alasan kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karena para karyawan pelayanan yang kurang meyakinkan nasabah sehingga hal tersebut berdampak pada nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain.



## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara layanan digital Bank Rakyat Indonesia (BRI) seperti ATM dan *Mobile Banking* terhadap loyalitas masyarakat kelurahan purwanegara dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dibahas di bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah :

1. Variabel ATM berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan. Artinya semakin meningkat layanan ATM semakin meningkat juga rasa kepuasan masyarakat dalam menggunakan ATM BRI. Hal ini dapat dilihat dari nilai T-statistic  $>$  T-tabel yang menunjukkan  $3,096 > 1,96$ . Atau nilai dari P Value  $0,001 < 0,05$ .
2. Variabel *mobile banking* berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan. Artinya semakin meningkatnya layanan pada *mobile banking* BRI yang sudah menyediakan semua fitur layanan untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi maka semakin meningkat juga rasa kepuasan masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* BRI. Hal ini dapat dilihat dari nilai T-statistic  $>$  T-tabel yang menunjukkan  $3,350 > 1,96$  atau nilai dari P value  $0,000 < 0,05$ .
3. Variabel ATM berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas. Artinya, rasa puas masyarakat dalam menggunakan ATM BRI sudah melebihi dari apa yang mereka harapkan sehingga masyarakat terus menggunakan ATM BRI. Hal ini dapat dilihat dari nilai T-statistic  $>$  T – tabel yang menunjukkan  $3,110 > 1,96$  atau nilai dari P value  $0,001 < 0,05$

4. Variabel *mobile banking* berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas. Artinya, dalam menggunakan layanan *mobile banking* rasa puas masyarakat sudah melebihi dari apa yang mereka harapkan sehingga masyarakat terus menggunakan *mobile banking* BRI. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $T\text{- statistic} > T\text{- tabel}$  yang menunjukkan  $2,420 > 1,96$  atau nilai dari  $P\text{ value } 0,008 < 0,05$
5. Variabel kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Artinya, rasa puas yang dimiliki masyarakat sudah melampaui dari apa yang mereka harapkan sehingga nasabah akan menggunakan layanan kembali dan merekomendasikan kepada orang lain. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $T\text{- statistic} > T\text{- tabel}$  yang menunjukkan  $3,510 > 1,96$  atau nilai dari  $P\text{ value } 0,000 < 0,05$ .

## B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah didapatkan dari penelitian ini, maka penulis memberikan saran agar dapat lebih bermanfaat dan sebagai acuan, yaitu :

### 1. Bagi Perbankan Yang Menerapkan Layanan Digital Perbankan

Dalam penelitian yang dilakukan banyak nasabah yang telah menggunakan layanan digital perbankan. Maka dari itu untuk mempertahankan nasabah perbankan perlu menjaga peningkatan pelayanan agar nasabah tetap merasa puas dan loyalitas. Pihak perbankan juga memberikan edukasi kepada masyarakat agar dapat menjangkau masyarakat dari semua kalangan dan mengikuti perkembangan trend terkini mengenai teknologi digital.

### 2. Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai sumber referensi dalam memperkaya literatur mengenai perbankan khususnya mengenai digitalisasi perbankan dalam layanan konsumen.



### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya bisa melakukan penelitian yang berkaitan dengan layanan digital pada bank lainnya dan dari nasabah bank lainnya tentunya dengan jumlah populasi yang beragam. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel lainnya seperti kepercayaan dan dapat membahas lebih luas tentang digitalisasi perbankan yang berkaitan dengan *word of mouth*. Kemudian, peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan melihat dari berbagai faktor seperti faktor sosial, personal dan bisa juga menggunakan metode penelitian yang lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, M., Hutagalung, K., Studi, P., Ekonomi, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Promosi Dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan LayananPembiayaan KPR Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan ( Flpp ) di PT . BANK Sumut Syariah KCP Karya. 4, 7704–7718.*
- Ahmadi, M. A. (2023). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(1), 15–25. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v7i1.167>
- Alfian, A. H., Nugrahini, D. E., Promosi, D. A. N., Faktor, S., Nasabah, K., Saving, U., & Di, M. (2024). *678-Article Text-1596-1-10-20240206. 16(1).*
- Anggraeni, D., & Arafah, W. (2023). Pengaruh Kualitas Digitalisasi Layanan terhadap Customer Satisfaction dan Customer Retention Intention pada Platform Digital Banking. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(3), 1478–1483. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1714>
- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Dewi, L. O. A., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80–88.
- Arnita, N., Yarmunida, M., & Sumarni, Y. (2023). Pengaruh Self Service Technology (Sst) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Study Kasus Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 72–80. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(1\).12784](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(1).12784)
- Ash-shiddiqy, M., Munajar, M., Wibowo, M. G., Purwokerto, U. I. N. S., Sunan, U. I. N., & Yogyakarta, K. (2023). *Machine Translated by Google PENGARUH DIGITALISASI EKONOMI TERHADAP SYARIAH PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA Machine Translated by Google. 199–209.*
- Ayuningtyas, M., & Sufina, L. (2023). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking, Internet Banking, dan Atm terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi

- Kasus Sektor Bank Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia) Tahun 2017- 2021. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 19(2), 119–130. <https://doi.org/10.35384/jkp.v19i2.394>
- Eryaningtyas, N. S., & Fitanto, B. (2023). Analisis Pengaruh Layanan I-Banking, M-Banking, Dan Fasilitas Atm Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Bank Btn Kcp Tulungagung). *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 2(2), 266–276. <https://csefb.ub.ac.id/index.php/csefb/article/view/154>
- Ferdiansyah, H., & N, Z. (2022). *INTERNET of THINGS (IoT) MEDIA PEMBELAJARAN PRAKTIKUM ERA 4.0*. 1–23.
- Hanan, salsabila rivianti, Zeria, tri handayai, Sofronia, lawinda nevinra, & Nindya, kartia kusmayati. (2024). *Adaptasi nasabah terhadap digitalisasi di perbankan*. 3(2), 1–9.
- Hoehle, H., Scornavacca, E., & Huff, S. (2012). Three decades of research on consumer adoption and utilization of electronic banking channels: A literature analysis. *Decision Support Systems*, 54(1), 122–132. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.04.010>
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i1.2210>
- Kusnadi, H. A., Nurbaiti, & Yanti, N. (2024). Pengaruh Layanan Internet Banking , Mobile Banking , Dan Automatic Teller Machine ( ATM ) Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Indonesia ( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2019 ). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonom*, 2(1), 69–85.
- Lismalia, F. P., Nopinda, C., Sitepu, B., Quality, U., & Quality, M. U. (2024). *KCP BRI CABANG TEMBUNG THE INFLUENCE QUALITY AND BRIMO PRODUCT QUALITY ON COSTUMER SATISFACTION OF BRI*. 3, 1–9.
- Luthfiatussa'dyah, D., Kosim, A. M., & Devi, A. (2022). Strategi Optimalisasi Digitalisasi Produk Perbankan pada Bank Syariah Indonesia. *El-Mal: Jurnal*

- Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 783–802.  
<https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2073>
- Melina, S., & Shafrani, Y. S. (2022). *Analisis Kepuasan Pelanggan dari Penggunaan Dimensi Kualitas Pelayanan Metode Fuzzy-Carter ( Studi Kasus di BPRS Khasanah Ummat Purwokerto )*. 1, 16–36.
- Munfaqiroh, S., Wahyu, D., Dacruz, A., & Dea, R. (2022). 578-Article Text-1810-1-10-20220714. 15(1), 122–132.
- Muthia Anggraeni. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 10(01), 59–64. <https://doi.org/10.29313/jrieb.vi.825>
- Mutiasari, A. I. (2020). Perkembangan Industri Perbankan Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(2), 32–41.  
<https://doi.org/10.47942/iab.v9i2.541>
- Oktovianus Sauw, Renny Mointi, A Syahrul Makkuradde, Sujatmiko, & Angdy Ayu Mustika. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT Bank Sulselbar Cabang Soppeng. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 6(1), 39–53.  
<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v6i1.91>
- Pratiwi, A. D. E. A. (2023). *Pengaruh Digital Banking Terhadap Loyalitas Pengguna Layanan Digital Bank Syariah ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Purwokerto )*. 2(December), 129–153.
- Primastika, E. A., & Rusdianto, R. Y. (2024). Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Bank BJB KCP Mojokerto. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2), 37–45.
- Putra, R. (2019). Satelit BRI / BRIsat meningkatkan kualitas pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Di era digital. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 11(02), 17.  
<https://doi.org/10.38041/jikom1.v11i02.79>
- Rosyid, M. I., Ariyanty, M., & Kusumahadi, K. (2019). Pengaruh E-Servqual dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Loyalitas

- Nasabah Pada Bank BCA Di Bandung. *E-Proceeding of Management*, 6(3), 5557–5566.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sapiri, M., Awaluddin, M., Sijal, M., & Nur, F. (2024). *LAYANAN MOBILE DIGITAL ISLAMIC NETWORK DAN*. 5(1), 80–88.
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Manfaat Dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 170. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>
- sendjaja shintia, roreng petrus, pasanda erna. (2024). *ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PROSES TRANSAKSI ATM PADA BANK BRI UNIT RANTELEMO Program Studi Akuntansi , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar ANALYSIS OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEM IN ATM TRANSACTION*. 1(1).
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). *Telematika dan Informatika Adopsi mobile banking : Sebuah tinjauan literatur*. 32, 129–142.
- Suprpto, R. E. hari, & Setyawardani, R. D. (2023). Self Service Technology, Kualitas Layanan Jasa, Pemasaran Hubungan (Relationship Marketing) terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah Bank BCA KCP Kupang Jaya Surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 223–246. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.636>
- Tiffani, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Literasi Digital Terhadap Preferensi Bank Digital. *Mbia*, 22(1), 152–167. <https://doi.org/10.33557/mbia.v22i1.2039>
- Warsito, C. (2012). *PENGARUH INTERACTION QUALITY, PERCEIVED PERFORMANCE EXCELLENCE DAN RELATIONSHIP SATISFACTION TERHADAP LOYALTY DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*. 5(1).
- Wiastono, A., & Ramadhani, E. F. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Atm Dan

Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kcp “Bank Bri Malang.” *Journal Koperasi Dan Manajemen Journal*, 2(1), 38–48.  
<http://journal.stiekop.ac.id/index.php/komastie>

Wiska, M., Manajemen, P. S., Hukum, F., Ekonomi, D., Dharmas, U., Purwanto, K., Manajemen, P. S., Hukum, F., Ekonomi, D., Dharmas, U., Vitaloka, N., Manajemen, P. S., Hukum, F., Ekonomi, D., & Dharmas, U. (2023). *PENGARUH SMS BANKING , MOBILE BANKING , FASILITAS AUTOMATED TELLER MACHINE ( ATM ) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK BRI UNIT RIMBO ILIR*. 1(4), 579–587.

yusuf mochamad, safi’i muhammad, T. (2023). 3 1,2,3. 15(1), 59–74.

Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdanyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.

Zusmawati, Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, S. A. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 478.



# LAMPIRAN – LAMPIRAN



## Lampiran 1

**Kuesioner Penelitian**  
**Automatic Teller Machine/ATM (X1)**

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa dengan ATM BRI dapat mempermudah dalam bertransaksi, seperti mentransfer uang, mengambil uang dan mengecek saldo					
2.	Saya merasa dengan menggunakan ATM BRI lebih cepat dalam transaksi transfer antar bank					
3.	Saya merasa dengan menggunakan ATM BRI lebih terjamin keamanannya dan kerahasiannya karena adanya PIN ATM					
4.	Saya merasa dengan menggunakan ATM BRI dapat melakukan banyak transaksi seperti mentransfer, mengambil uang dan cek saldo dalam satu kartu					

**Mobile Banking (x2)**

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Dengan memakai <i>mobile banking</i> BRI, saya merasa lebih mudah, praktis dan fleksibel dalam bertransaksi.					
2.	Dengan memakai <i>mobile banking</i> BRI, saya merasa lebih mudah untuk melakukan transaksi sehari-hari seperti membayar tagihan listrik, transfer dan biaya lainnya.					
3.	Dengan memakai <i>mobile banking</i> BRI, saya dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja.					
4.	Dengan memakai <i>mobile banking</i> BRI, saya dapat menghemat waktu karena tidak perlu antri ke bank.					
5.	Dengan memakai <i>mobile banking</i> BRI, saya merasa keamanannya terjamin karena hanya dapat diakses secara pribadi.					



### Kepuasan (Z)

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan kemudahan layanan ATM BRI sehingga saya tertarik untuk menggunakan layanan ini kembali					
2.	Kelengkapan fitur yang disediakan dalam ATM BRI sudah sesuai dengan harapan Saya					
3.	Saya merasa puas dengan layanan ATM BRI sehingga saya akan merekomendasikan kepada teman saya					
4.	Saya merasa puas dengan layanan mobile banking BRI sehingga saya tertarik untuk menggunakan layanan ini kembali					
5.	Kelengkapan fitur yang disediakan dalam mobile banking BRI sudah sesuai dengan harapan saya					
6.	Saya merasa puas dengan layanan mobile banking BRI sehingga saya akan merekomendasikan kepada teman saya					

### Loyalitas (Y)

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Layanan ATM BRI memberikan kemudahan sehingga saya akan memakai kembali layanan ini.					
2.	Saya akan merekomendasikan layanan ATM BRI kepada orang disekitar saya					
3.	Layanan mobile banking BRI memberikan kemudahan sehingga saya akan memakai kembali layanan ini.					
4.	Saya akan merekomendasikan layanan mobile banking BRI kepada orang disekitar saya					
5.	Saya tidak terpengaruh untuk menggunakan produk layanan perbankan lainnya.					

## Lampiran 2

## Tabulasi Data

RESPONDEN	ATM (X1)				Total X1	Mobile Banking (X2)					Total X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	4	3	5	16	5	4	5	5	4	23
2	4	5	4	5	18	4	5	5	5	4	23
3	5	5	4	5	19	4	4	5	5	3	21
4	4	4	3	5	16	4	4	5	5	3	21
5	4	5	4	5	18	4	4	5	5	3	21
6	4	5	4	4	17	1	2	2	2	2	9
7	4	5	4	5	18	1	2	2	1	2	8
8	2	1	2	2	7	2	2	1	2	2	9
9	2	1	1	2	6	4	4	5	4	3	20
10	5	5	3	5	18	5	5	5	5	4	24
11	4	5	5	5	19	5	5	5	4	3	22
12	1	2	2	1	6	4	5	4	4	4	21
13	4	3	3	5	15	2	1	2	1	2	8
14	5	4	4	5	18	4	5	5	5	4	23
15	4	4	5	4	17	5	4	4	5	2	20
16	1	2	2	2	7	4	5	5	5	3	22
17	5	4	5	5	19	4	4	5	5	4	22
18	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
19	5	4	4	4	17	1	2	2	1	2	8
20	4	5	4	5	18	5	4	5	4	4	22
21	4	5	5	4	18	4	4	5	4	4	21
22	2	1	2	2	7	5	4	5	4	4	22
23	4	3	4	4	15	4	3	4	4	5	20
24	1	2	2	1	6	1	2	2	2	1	8
25	4	3	4	5	16	4	4	4	4	3	19
26	4	5	5	4	18	4	3	4	4	4	19
27	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	21
28	4	5	4	5	18	2	1	1	2	1	7
29	4	4	4	4	16	5	4	3	4	4	20
30	4	4	3	4	15	4	4	5	4	4	21
31	4	4	3	4	15	5	4	5	5	3	22
32	2	2	1	2	7	5	4	5	4	5	23
33	4	5	4	5	18	4	5	5	5	4	23
34	4	4	3	4	15	4	4	5	5	4	22
35	5	5	4	4	18	4	5	5	5	4	23
36	4	5	4	2	15	1	2	2	1	1	7
37	4	5	4	4	17	5	5	5	5	4	24

38	5	4	4	5	18	4	4	5	5	4	22
39	4	4	4	3	15	5	5	5	5	4	24
40	1	1	2	2	6	4	5	4	4	4	21
41	3	4	5	4	16	4	5	4	5	4	22
42	4	4	5	5	18	4	3	4	4	5	20
43	4	5	5	4	18	4	5	4	4	3	20
44	3	4	3	3	13	4	4	4	5	4	21
45	4	5	4	4	17	5	4	3	5	4	21
46	4	3	4	5	16	4	2	3	4	4	17
47	4	3	5	4	16	4	5	5	4	5	23
48	5	4	4	5	18	5	4	4	3	4	20
49	4	5	5	3	17	4	4	5	4	4	21
50	3	4	5	3	15	4	3	5	4	3	19
51	4	5	4	5	18	5	4	4	3	4	20
52	2	4	4	5	15	4	5	4	4	5	22
53	4	5	4	4	17	4	5	5	5	4	23
54	1	1	2	1	5	1	2	1	2	2	8
55	4	4	5	4	17	4	3	4	4	5	20
56	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	24
57	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
58	5	5	4	4	18	4	5	5	5	4	23
59	4	5	4	5	18	4	5	5	5	5	24
60	4	5	5	4	18	4	3	4	4	4	19
61	4	4	5	5	18	4	3	4	5	4	20
62	5	4	4	4	17	4	4	4	5	3	20
63	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21
64	4	4	5	4	17	4	5	4	4	5	22
65	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20
66	3	4	4	4	15	4	3	3	4	4	18
67	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
68	3	4	4	4	15	4	5	4	5	4	22
69	3	3	4	5	15	4	5	4	4	5	22
70	3	3	4	3	13	5	4	4	4	4	21
71	3	3	4	4	14	4	4	3	4	4	19
72	3	4	4	4	15	4	4	5	5	4	22
73	3	5	5	4	17	5	4	5	4	4	22
74	4	5	4	4	17	5	4	4	5	4	22
75	2	3	4	4	13	4	4	3	4	3	18
76	4	5	3	4	16	4	5	4	4	3	20
77	5	4	4	5	18	5	4	5	5	4	23
78	4	4	5	4	17	5	4	4	4	5	22
79	4	4	5	5	18	3	3	4	4	5	19
80	3	4	4	3	14	5	4	4	4	5	22

81	3	4	4	4	15	4	2	4	4	4	18
82	4	4	5	4	17	4	4	3	4	4	19
83	4	4	4	3	15	5	4	4	4	4	21
84	4	4	4	4	16	5	4	5	5	4	23
85	5	4	3	5	17	4	4	5	5	4	22
86	4	4	4	5	17	4	5	5	4	3	21
87	4	5	4	4	17	4	5	5	5	4	23
88	5	5	4	4	18	5	4	5	5	4	23
89	4	4	5	4	17	4	5	4	4	5	22
90	4	4	4	3	15	4	3	3	5	4	19
91	5	4	4	4	17	5	4	3	4	4	20
92	5	4	5	4	18	5	4	5	5	4	23
93	4	4	3	4	15	4	4	5	4	4	21
94	3	4	4	3	14	5	4	4	4	5	22
95	5	5	4	5	19	5	4	5	5	4	23
96	4	4	4	4	16	3	4	4	4	3	18
97	4	4	4	4	16	5	4	4	4	5	22
98	4	5	4	4	17	5	5	5	5	3	23
99	4	4	4	4	16	3	4	3	4	4	18
100	4	5	4	4	17	5	5	5	5	2	22

RESPONDEN	Kepuasan (Z)						Total Z	Loyalitas (Y)					Total Y
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	3	3	4	5	5	23	4	3	4	5	2	18
2	5	4	4	5	5	4	27	4	4	4	5	4	21
3	4	3	2	4	4	3	20	4	3	5	4	2	18
4	4	3	3	4	3	3	20	5	3	5	3	3	19
5	4	4	3	4	3	2	20	4	3	4	3	2	16
6	1	1	2	2	1	1	8	2	2	1	2	3	10
7	1	1	2	2	2	1	9	1	2	1	2	3	9
8	4	3	4	5	5	3	24	1	2	2	1	1	7
9	1	1	2	2	2	1	9	1	2	1	2	2	8
10	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	3	22
11	4	4	3	4	5	4	24	3	2	4	4	2	15
12	2	2	1	1	2	1	9	2	1	2	1	1	7
13	2	2	2	1	2	1	10	2	2	2	1	2	9
14	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	21
15	2	3	3	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
16	1	1	2	2	2	2	10	1	1	1	1	2	6
17	4	5	4	5	4	3	25	4	4	5	5	5	23
18	4	3	3	3	4	4	21	3	3	4	4	3	17

19	5	4	5	4	4	4	26	2	1	2	2	1	8
20	4	4	4	5	4	4	25	4	5	4	4	4	21
21	5	4	4	4	5	5	27	4	5	4	5	4	22
22	5	4	4	4	5	5	27	2	2	1	2	2	9
23	3	4	4	4	4	4	23	5	4	4	4	4	21
24	1	1	2	2	2	2	10	1	1	1	2	2	7
25	5	5	4	4	4	4	26	5	4	5	5	4	23
26	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	5	4	21
27	4	4	5	5	4	4	26	4	5	4	5	4	22
28	2	2	1	2	2	2	11	1	1	2	2	2	8
29	4	4	5	5	3	4	25	4	4	4	5	4	21
30	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	5	4	22
31	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	3	17
32	2	2	2	1	1	2	10	1	1	1	2	2	7
33	3	2	3	4	4	3	19	4	3	4	3	2	16
34	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
35	4	3	3	4	4	4	22	3	4	5	4	3	19
36	1	2	1	2	2	2	10	2	1	1	2	2	8
37	4	3	4	4	4	3	22	4	2	5	4	2	17
38	5	4	4	5	4	4	26	3	4	3	4	4	18
39	4	3	4	4	4	5	24	5	4	5	4	4	22
40	2	2	1	2	2	2	11	2	1	2	2	2	9
41	3	5	4	4	4	4	24	5	3	4	4	4	20
42	4	4	5	5	4	4	26	4	5	5	5	5	24
43	5	4	4	3	4	4	24	5	3	4	4	4	20
44	4	4	5	5	4	3	25	5	4	5	4	3	21
45	4	4	5	4	4	4	25	4	4	5	4	4	21
46	5	4	3	4	5	5	26	5	4	4	4	5	22
47	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	3	4	20
48	5	4	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	21
49	5	4	5	3	4	5	26	4	4	5	4	3	20
50	4	3	3	4	4	4	22	5	4	5	3	4	21
51	4	5	3	4	4	5	25	4	4	5	4	4	21
52	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	5	22
53	4	3	4	4	4	4	23	4	4	5	4	3	20
54	2	1	2	2	1	1	9	2	1	2	1	1	7
55	4	5	5	4	5	4	27	4	3	4	4	5	20
56	4	3	3	4	5	4	23	4	4	5	4	4	21
57	4	4	5	4	4	4	25	5	4	4	4	4	21
58	4	3	4	4	5	4	24	4	4	5	4	2	19
59	3	2	3	4	4	4	20	4	3	5	4	3	19
60	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	5	4	21
61	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	4	4	21

62	3	4	4	4	4	4	23	4	5	4	4	3	20
63	3	5	4	4	4	5	25	4	5	5	5	4	23
64	5	5	4	4	4	5	27	4	4	5	4	4	21
65	4	5	4	4	4	3	24	4	3	4	3	1	15
66	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	5	21
67	4	5	4	4	4	5	26	4	3	4	5	4	20
68	4	5	4	5	4	4	26	4	5	4	4	4	21
69	5	4	4	4	4	2	23	3	4	4	4	2	17
70	4	4	3	3	3	3	20	3	4	4	4	1	16
71	4	4	5	4	4	4	25	5	4	4	5	4	22
72	4	5	5	5	4	5	28	4	3	5	5	4	21
73	5	4	4	4	4	4	25	4	2	4	5	4	19
74	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	5	3	20
75	4	5	4	2	4	4	23	3	5	5	4	4	21
76	4	5	4	4	4	4	25	4	2	4	4	4	18
77	4	4	4	5	4	5	26	4	4	5	4	3	20
78	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	3	4	20
79	4	4	5	5	4	3	25	4	4	3	4	4	19
80	4	5	4	5	4	4	26	2	3	3	3	3	14
81	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	5	22
82	3	4	5	5	4	4	25	4	4	4	4	4	20
83	5	4	4	4	4	4	25	4	3	5	4	3	19
84	3	2	3	3	4	4	19	3	2	4	3	4	16
85	4	3	3	4	5	4	23	4	4	5	4	3	20
86	4	3	4	4	4	5	24	3	2	4	4	2	15
87	4	3	3	4	4	4	22	5	4	5	4	4	22
88	4	4	3	4	5	4	24	3	4	4	4	3	18
89	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	3	4	20
90	4	5	5	4	3	4	25	4	4	4	4	3	19
91	4	2	4	4	4	3	21	3	4	3	4	2	16
92	5	4	4	5	4	4	26	4	2	4	4	2	16
93	4	4	4	5	4	4	25	3	4	4	3	4	18
94	4	4	5	4	4	5	26	3	3	4	4	2	16
95	3	2	2	3	3	4	17	4	3	4	5	3	19
96	3	4	4	2	4	4	21	5	4	3	3	2	17
97	4	4	4	5	4	4	25	5	4	5	4	4	22
98	4	2	3	4	4	3	20	4	3	4	5	4	20
99	5	4	4	5	4	3	25	4	3	4	4	2	17
100	5	2	4	5	3	4	23	4	3	4	4	4	19

Lampiran 3 : Tabulasi data pekerjaan &amp; jenis kelamin

<b>Nama Responden</b>	<b>Apakah anda menggunakan layanan Bank Rakyat Indonesia?</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Pekerjaan</b>
Eka	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Pedagang
Warsio	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Wiraswasta
Ndari	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Ariah	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Lainnya
Agus wibowo	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Triana putri	Tidak	Perempuan	20 - 35 tahun	Wiraswasta
Rohmahyati	Tidak	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Arifin	YA	Laki - Laki	36 - 45 tahun	Pegawai Swasta
Nur hidayat	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pegawai Swasta
Afanin Nuria Rifdah	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Pegawai Swasta
Dian	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Abdul	YA	Laki - Laki	36 - 45 tahun	Pedagang
Nurul istiqomah	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Guru
Halifah	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Pegawai Swasta
Novianti	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Lainnya
Ridwan	YA	Laki - Laki	36 - 45 tahun	Pedagang
Irmawati	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Lainnya
Alifah zahara	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Pegawai Swasta
Sarifudin	YA	Laki - Laki	36 - 45 tahun	Pegawai Swasta
Nurlaela	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Wiraswasta
Lukman	YA	Laki - Laki	36 - 45 tahun	Pedagang
Dewi Sartika	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Guru
Tarso	YA	Laki - Laki	36 - 45 tahun	Lainnya
Royani	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Pedagang

Nur asikin	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	PNS
Sulistiowati	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Pegawai Swasta
Abdul karim	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Wiraswasta
Siti rosiana	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Pedagang
Abdul mukti	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	PNS
Halimah Mutiara safitri	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Muhammad arief	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pegawai Swasta
Hadi	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pegawai Swasta
Retno	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Pedagang
Dwi nur chasanah	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Rizqia	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Aulia nur hanun	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Sunarni	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Kurniawan	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pegawai Swasta
Aulia yuniarti	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Guru
Ahmad Sutomo	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	PNS
Sri handayani	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Rijalul fikri	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Lainnya
Risa dwi anjani	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	PNS
Shofi amrulloh	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Guru
Halizah intan safitri	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Ilyas bayanulhaq	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Pegawai Swasta
Ihsan	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Pegawai Swasta
Nurlaela	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Masruri	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pegawai Swasta



Farid abdad	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Pegawai Swasta
Safira	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Umi kulsum	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Arya putra	YA	Laki - Laki	36 - 45 tahun	Wiraswasta
Sobirin	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pedagang
Topik	YA	Laki - Laki	56 - 65 tahun	Lainnya
Anisa dwi ningsih	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Royani	YA	Perempuan	56 - 65 tahun	Pedagang
Sholehudin	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pedagang
Hani atul	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Toni heru	YA	Laki - Laki	56 - 65 tahun	Wiraswasta
Ernawati	YA	Perempuan	56 - 65 tahun	Guru
Nursalim	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Wiraswasta
Muhammad rifki	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Pegawai Swasta
Tohir	YA	Laki - Laki	56 - 65 tahun	Pegawai Swasta
Wasilah	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Faozan	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Wiraswasta
Abdul wajid	Tidak	Laki - Laki	56 - 65 tahun	Lainnya
Ahmad Zakaria	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Lainnya
Nurul mufidah	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Guru
Faisal	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Lainnya
Muinah	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Pedagang
Maemanah	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Wiraswasta
Wawan setiawan	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pedagang
Sulistiowati	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Ani	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Wiraswasta
Ahmad sukaryo	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pedagang
Kartika	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Nur halimah	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang

Edi sutejo	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pedagang
Yani	YA	Laki - Laki	36 - 45 tahun	Lainnya
Heri	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pegawai Swasta
Muhammad mukhlis	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	PNS
Yudi	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Guru
wahyu	YA	Laki - Laki	20 - 35 tahun	Wiraswasta
Yanto	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Pedagang
Nurul hidayati	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Wiraswasta
Sri rejeki	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Indah kusumawati	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Lainnya
Yuniatul mukaromah	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Pegawai Swasta
Sumirah	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Wiraswasta
Warjo	YA	Laki - Laki	56 - 65 tahun	Lainnya
Eka	YA	Perempuan	37 - 45 tahun	Pedagang
Ziddan	YA	Laki - Laki	21 - 35 tahun	Wiraswasta
Suharti	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Siti nurjanah	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Lainnya
Agus wibowo	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Pedagang
Titin supriyatin	YA	Perempuan	46 - 55 tahun	Guru
Dian Pramana	YA	Perempuan	20 - 35 tahun	Guru
Wiwit	YA	Laki - Laki	46 - 55 tahun	Wiraswasta
Iffah nugraheni	YA	Perempuan	36 - 45 tahun	Lainnya

**Keterangan:**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki – Laki	45	45,5 %
2.	Perempuan	55	54,5 %
	Jumlah	100	100%

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1,	20 – 35 tahun	28	27,7 %
2.	36 – 45 tahun	24	23,8%
3.	46 – 55 tahun	42	41,6%
4.	56 – 65 tahun	6	6,9 %
	Jumlah	100	100%

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	PNS	5	5%
2.	Pegawai Swasta	18	17,8%
3.	Wiraswasta	17	16,8 %
4.	Pedagang	28	27,7 %
5.	Guru	8	8,9%
6.	Lainnya	24	23,8%
	Jumlah	100	100%

## Lampiran 4

**UJI AVE DKK**

**Construct Reliability and Validity**

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
ATM	<b>0.866</b>	<b>0.871</b>	<b>0.909</b>	<b>0.713</b>
KP	<b>0.920</b>	<b>0.922</b>	<b>0.938</b>	<b>0.714</b>
LY	<b>0.902</b>	<b>0.915</b>	<b>0.927</b>	<b>0.719</b>
MB	<b>0.894</b>	<b>0.904</b>	<b>0.921</b>	<b>0.702</b>

**UJI DISKRIMINAN****Discriminant Validity**

	ATM	KP	LY	MB
ATM	0.844			
KP	0.532	0.845		
LY	0.654	0.775	0.848	
MB	0.255	0.538	0.603	0.838

**Path Coefficients**

	Mean, STDEV, T-Values, P-Values	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias Corrected	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O /STDEV)	P Values		
ATM -> KP	0.422	0.420	0.136	3.096	0.001		
ATM -> LY	0.350	0.333	0.104	3.350	0.000		
KP -> LY	0.440	0.464	0.125	3.510	0.000		
MB -> KP	0.430	0.432	0.138	3.110	0.001		
MB -> LY	0.277	0.266	0.115	2.410	0.008		

## R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
KP	0.456	0.445
LY	0.737	0.729

## f Square

Matrix	f Square				
		ATM	KP	LY	MB
ATM			<b>0.306</b>	<b>0.332</b>	
KP				<b>0.400</b>	
LY					
MB			<b>0.318</b>	<b>0.207</b>	

## Discriminant Validity

	ATM	KP	LY	MB
ATM1	0.862	0.448	0.496	0.217
ATM2	0.858	0.352	0.515	0.213
ATM3	0.817	0.537	0.609	0.185
ATM4	0.841	0.430	0.568	0.248
KP1	0.450	0.856	0.636	0.472
KP2	0.400	0.827	0.644	0.376
KP3	0.373	0.836	0.629	0.342
KP4	0.506	0.840	0.659	0.473
KP5	0.502	0.861	0.648	0.506
KP6	0.451	0.852	0.708	0.533
LY1	0.584	0.670	0.883	0.529
LY2	0.510	0.666	0.854	0.470
LY3	0.604	0.707	0.885	0.619
LY4	0.616	0.715	0.874	0.569
LY5	0.430	0.493	0.734	0.314

## Discriminant Validity

	ATM	KP	LY	MB
KP3	0.373	0.836	0.629	0.342
KP4	0.506	0.840	0.659	0.473
KP5	0.502	0.861	0.648	0.506
KP6	0.451	0.852	0.708	0.533
LY1	0.584	0.670	0.883	0.529
LY2	0.510	0.666	0.854	0.470
LY3	0.604	0.707	0.885	0.619
LY4	0.616	0.715	0.874	0.569
LY5	0.430	0.493	0.734	0.314
MB1	0.224	0.506	0.532	0.886
MB2	0.125	0.327	0.368	0.805
MB3	0.250	0.365	0.441	0.854
MB4	0.253	0.448	0.576	0.886
MB5	0.194	0.541	0.546	0.750

## Lampiran 5: Distribusi Kuisioner

Pertanyaan Jawaban **101** Setelan

101 jawaban

Menerima jawaban

Ringkasan Pertanyaan Individual

Nama Lengkap

101 jawaban

13.40 Bu Puji terakhir dilihat hari ini pukul 08/05/24 11.29

Bu gasnya brp an? 20.43 ✓✓

22K 20.56

15 Maret 2024

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI : PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI SELF SE...  
Assalamualaikum wr. wrb Perkenalkan saya Firi Kurnia...  
docs.google.com

[BANTU PENELITIAN KU YUKK]

Perkenalkan nama saya Firi Kurniawati Ashari. Saya mahasiswa semester 8 prodi perbankan syariah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Loyalitas Masyarakat Pengguna Layanan Digital Banking BRI dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (studi kasus masyarakat purwanegara)"

Untuk mengisi kuisioner penelitian ini, saudara/i bisa melalui tautan berikut :  
<https://forms.gle/SheQwsMJPADQ6ArE9>

Seluruh data dan informasi dari hasil kuisioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan sebagai kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan waktunya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya  
Firi Kurniawati Ashari 11.32 ✓✓

Assalamu'alaikum ibu, ibu mau minta tolong untuk mengisi kuisioner skripsi saya nggih bu  
Terimakasih bu 🙏 11.32 ✓✓

wa'slm. nggih mba. insyaa Allah 11.47

Ketik pesan

13.39 Bu Kos terakhir dilihat hari ini pukul 13.31

bu. Terimakasih bu 13.10 ✓✓

iya sm2 13.37

15 Maret 2024

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI : PENGARUH DIGITALISASI PERBANKAN MELALUI SELF SE...  
Assalamualaikum wr. wrb Perkenalkan saya Firi Kurnia...  
docs.google.com

[BANTU PENELITIAN KU YUKK]

Perkenalkan nama saya Firi Kurniawati Ashari. Saya mahasiswa semester 8 prodi perbankan syariah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Loyalitas Masyarakat Pengguna Layanan Digital Banking BRI dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (studi kasus masyarakat purwanegara)"

Untuk mengisi kuisioner penelitian ini, saudara/i bisa melalui tautan berikut :  
<https://forms.gle/SheQwsMJPADQ6ArE9>

Seluruh data dan informasi dari hasil kuisioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan sebagai kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kesediaan waktunya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya  
Firi Kurniawati Ashari 11.30 ✓✓

Ibuuuu, minta tolong isi kuisioner penelitian ku yaa buuu. Makasih buuu 🙏 11.30 ✓✓

wa'alaikumsalam wrwb 12.59

iya 12.59

Ketik pesan

## Lampiran 6: Sertifikat BTA/PPI



**IAIN PURWOKERTO**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

---

**SERTIFIKAT**

Nomor: In.17/UPT.MAJ/18734/26/2021

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA : FIRLI KURNIAWATI ASHARI**  
**NIM : 2017202171**

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

<b># Tes Tulis</b>	<b>:</b>	<b>95</b>
<b># Tartil</b>	<b>:</b>	<b>75</b>
<b># Imla'</b>	<b>:</b>	<b>70</b>
<b># Praktek</b>	<b>:</b>	<b>70</b>
<b># Nilai Tahfidz</b>	<b>:</b>	<b>80</b>

---

Purwokerto, 26 Jul 2021

ValidationCode



## Lampiran 7: Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab

  
**IAIN PURWOKERTO**  
**وزارة الشؤون الدينية**  
**الجامعة الإسلامية الحكومية بورووكرتو**  
**الوحدة لتنمية اللغة**  
 عنوان: شارع جنرال احمد ياتي رقم: ٤٠ بورووكرتو ٥٣١٣٦ هاتف ٠٢٨١ - ٦٣٥٦٢٤  
[www.iaipurwokerto.ac.id](http://www.iaipurwokerto.ac.id)

## التمـــنـة

الرقم: ان.١٧٠ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٥٥٠٨ / ٢٠٢١

	منحت الى
: فيرلي كورنياواتي أسهاري	الاسم
: ببوروورجو، ٢٤ يناير ٢٠٠٣	المولودة
الذي حصل على	
: ٥٢ فهم المسموع	
: ٥٠ فهم العبارات والتراكيب	
: ٥٠ فهم المقروء	
: ٥٠٤ النتيجة	



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١٦  
مايو ٢٠٢١

بورووكرتو، ٦ أكتوبر ٢٠٢١  
رئيس الوحدة لتنمية اللغة،

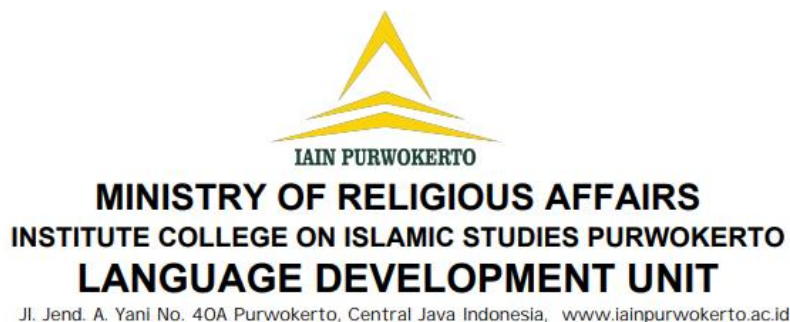
الدكتورة أدي روسواتي، الماجستير  
رقم التوظيف: ١٩٨٦٠٧٠٤٢٠١٥٠٣٢٠٤



ValidationCode



## Lampiran 8: Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



## CERTIFICATE

*Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/25508/2021*

This is to certify that :

Name : **FIRLI KURNIAWATI ASHARI**  
 Date of Birth : **PURWOREJO, January 24th, 2003**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on May 4th, 2021, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 50
2. Structure and Written Expression	: 54
3. Reading Comprehension	: 55

---

**Obtained Score** : **528**



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, October 6th, 2021  
 Head of Language Development Unit,

**Dr. Ade Ruswatie, M. Pd.**  
 NIP: 198607042015032004

## Lampiran 9: Sertifikat KKN

The certificate is framed with a green and yellow wavy border. At the top right, there are three logos: the UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri logo, the LPPM logo with the tagline 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat', and the KAMPUS logo. The main title 'Sertifikat' is in a large, bold, green font. Below it, the certificate number is '1420/K.LPPM/KKN.52/09/2023'. The issuing institution is 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto'. The student's name is 'FIRLI KURNIAWATI ASHARI' and her NIM is '2017202171'. The text states she has completed the KKN program for the 52nd anniversary of the university in 2024 and has passed with a grade of 94 (A). There is a red rectangular area for a photo, a QR code for validation, and a caption 'Certificate Validation' below the QR code.

**Sertifikat**  
Nomor Sertifikat : 1420/K.LPPM/KKN.52/09/2023

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:  
Nama Mahasiswa : **FIRLI KURNIAWATI ASHARI**  
NIM : **2017202171**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-52 Tahun 2024,  
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **94 (A)**.



Certificate Validation

## Lampiran 12: Sertifikat PPL

# SERTIFIKAT

Nomor: B-475/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/3/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**NAMA : FIRLI KURNIAWATI ASHARI**

**NIM : 2017202171**

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2024 mulai bulan Januari 2024 sampai dengan Februari 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.

Purwokerto, 25 Maret 2024

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Kepala Laboratorium  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
NIP. 19730921 200212 1 004

  
**Hj. Yoz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.**  
NIP. 19781231 200801 2 027



## Lampiran 13: Sertifikat PBM



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281 - 635624, Fax : 0281 - 636553, Website : febi.uinsaizu.ac.id

## SERTIFIKAT

Nomor : 4322/Un.19/D.FEBI/PP.009/10/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**Nama** : Firlu Kurniawati Ashari  
**NIM** : 2017202171

Dinyatakan Lulus Dengan Nilai A  
Dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2023.

Purwokerto, 2 Oktober 2023

Mengetahui,  
Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Kepala Laboratorium  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Dr. H. Jamāl Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

  
H. Sochimy, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001



## Lampiran 14: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 5136/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/11/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Firlu Kurniawati Ashari  
 NIM : 2017202171  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Pembimbing Skripsi : Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
 Judul : Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Rakyat Indonesia (studi kasus masyarakat Kelurahan Purwanegara)

Pada tanggal 23 November 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 24 November 2023  
 Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
 NIP. 19920613 201801 2 001

## Lampiran 15: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 971/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/5/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Firlis Kurniawati Ashari

NIM : 2017202171

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 27 Mei 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **81 / A-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 27 Mei 2024  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP. 19920613 201801 2 001

## Lampiran 15: Surat Izin Observasi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 4787/Un.19/FEBIJ.PSPP.009/11/2023 Purwokerto, 01 November 2023  
 Lamp. : -  
 Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.  
 Kepala Desa Kelurahan  
 Purwanegara  
 Di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui Self Service Technology Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Masyarakat Pengguna Layanan Digital (studi kasus masyarakat Kelurahan Purwanegara )

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Firlis Kurniawati Ashari
2. NIM : 2017202171
3. Semester / Program Studi : 7 / Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2023/ 2024
5. Alamat : Perum Bumi Cikampek Baru, Blok AA4/14

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Masyarakat Kelurahan Purwanegara
2. Tempat/ Lokasi : Kelurahan Purwanegara
3. Waktu Observasi : November 2023 – Mei 2024

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Coord. Prodi Perbankan Syariah

*Hasbiy*  
**Hasbi Tri Utami S.E., M.Si., Ak**  
 NIP. 199206132018012001

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
  2. Kasubbag Akademik
  3. Arsip

## Biodata Penulis

**A. Identitas Diri**

1. Nama : Firli Kurniawati Ashari
2. NIM : 2017202171
3. Tempat/Tgl.Lahir : Purworejo 24 Januari 2003
4. Alamat Rumah : Perum Bumi Cikampek Baru Blok AA4/14
5. Nama Orang Tua :  
Nama Ayah : Prihatin Mugiarto  
Nama Ibu : Eka Nuryati
6. E-mail : firlikurniawati24@gmail.com

**B. Riwayat Pendidikan**

1. SD : SDN 2 BALONGGANDU
2. SMP/MTS : MTS N 1 PURWOREJO
3. SMA/MA : MAN PURWOREJO
4. S1 : UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO

**C. Pengalaman Organisasi**

1. Komunitas Marketing Perbankan Syariah