

Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking
http://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb
E-ISSN : 2580 - 3816
Vol : 3 No 2 Bulan Januari Tahun 2022
Hlm : 143 – 153
DOI : 10.31000/almaal.v3i2.5403

Pengaruh Fasilitas Layanan *Internet Banking* Dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang

Sabik Khumaini^{1*}, Fahrudin², Samsuri³,

^{1,2,3} Prodi Perbankan Syariah, FAI Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia

*sabik81@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of internet banking and mobile banking service facilities on customer satisfaction at Indonesia Islamic Bank Tangerang branch office. This type of research is field research with a quantitative, the data collection technique used in this research is the questionnaire data collection method. The population in this study were 500 customers using internet banking and mobile banking, and the sample in this study was 85 respondents using random sampling. The results showed that based on the partial t test, there is a significant effect of internet banking service facilities on customer satisfaction and has a positive relationship. And there is a significant effect of mobile banking on customer satisfaction and has a positive relationship. And based on the simultaneous F test, there is a significant effect of internet banking and mobile banking service facilities on customer satisfaction with an F count of 128.777 with a significance value of F of 0.000. And based on the R test determination of 75.9% the ability of the independent variables to explain the variance of the dependent variable.

Keywords: Internet; Mobile Banking; Customer; Satisfaction..

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas layanan internet banking dan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan metode pengumpulan data kuisioner. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 500 nasabah pengguna internet banking dan mobile banking, serta sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 responden dengan menggunakan random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: berdasarkan uji t parsial terdapat terdapat pengaruh signifikan fasilitas layanan internet banking terhadap kepuasan nasabah serta memiliki hubungan positif. Dan terdapat pengaruh signifikan mobile banking terhadap kepuasan nasabah serta memiliki hubungan positif. Dan berdasarkan Uji F simultan terdapat pengaruh signifikan fasilitas layanan internet banking dan mobile banking terhadap kepuasan nasabah dengan nilai F_{hitung} sebesar 128,777 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Serta berdasarkan Uji R determinasi 75,9% kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikat

Kata kunci : Internet; Mobile Banking; Nasabah; Kepuasan.

PENDAHULUAN

Bank syariah sebagai lembaga keuangan modern dituntut untuk selalu berinovasi dalam mengembangkan produk-produk jasa layanan perbankan. Inovasi dalam kegiatan usaha perbankan syariah ini penting agar bank syariah senantiasa kompetitif dan tidak tertinggal dari para kompetitornya baik sesama bank syariah maupun bank konvensional seperti, anjungan tunai mandiri (ATM) bank syariah, kartu multi akses (smart card) bank syariah, layanan call center bank syariah, serta fasilitas layanan internet banking dan mobile banking berbasis aplikasi. Dengan adanya bentuk inovasi perbankan syariah seperti internet banking dan mobile banking ini adalah layanan pertama bank syariah yang memadukan layanan perbankan syariah dengan telepon seluler (handphone) bagi kemudahan nasabah dalam bertransaksi ketika dalam kondisi wabah Covid-19 seperti ini. Pada perkembangannya kemudian layanan perbankan syariah dengan memanfaatkan teknologi informasi berbasis internet yang memudahkan nasabah bank syariah dalam melakukan transaksi keuangan dengan cara online untuk menghindari adanya tatap muka secara langsung. Pihak bank menganjurkan selama wabah Covid-19 transaksi menggunakan media internet banking dan mobile banking untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi (Arafat, 2018).

Dengan adanya fasilitas layanan internet banking dan mobile banking yang diberikan pihak bank syariah kepada nasabahnya sangat penting agar nasabah dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja tanpa harus mengunjungi bank, sistem pengiriman termurah untuk melakukan layanan perbankan. Keuntungan untuk nasabah termasuk penghematan biaya dan waktu serta manfaat yang didapatkan oleh nasabah. Dengan adanya smartphone dan layanan perbankan yang secara online maka dapat memudahkan nasabah, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan smartphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya.

Keunggulan dalam menggunakan fasilitas layanan tersebut memberikan kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja, memberikan kemudahan bertransaksi non tunai dan menggunakan sistem keamanan yang handal membuat layanan ini menjadi aman, dan menghemat biaya karena tidak mengunjungi bank. Kelebihan dari Fasilitas tersebut tidak dapat menjamin bahwa adanya kepuasan nasabah dalam fasilitas yang telah diberikan oleh pihak bank. Sedangkan apabila nasabah merasa kurang puas terhadap produk dan layanannya maka kepuasan nasabah semakin rendah. Jika telah tercapai kepuasan nasabah, maka akan timbul loyalitas dan kesetiaan nasabah terhadap produk dan layanannya (Tjiptono, 2016).

KAJIAN LITERATUR

Menurut Tjiptono (2016) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang di rasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas biasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut

Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang

di mata konsumen. Menurut Tjiptono indikator fasilitas ada enam yaitu pertimbangan atau perencanaan spasial, perencanaan ruangan, perlengkapan atau perabotan, tata cahaya dan warna, pesan-pesan yang disampaikan secara grafis dan unsur pendukung.

Pelayanan adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik dan layanan yang prima. *Service excellent* menggambarkan etos, budaya kerja suatu perusahaan/bank/organisasi dan karyawannya (Zulkifli, 2014). Menurut AS Moenir (2014), layanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain yang langsung diterima dengan kata lain dapat dikatakan bahwa layanan merupakan tindakan yang dilakukan orang lain agar masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapatkan kepuasan. Layanan dapat diartikan sebagai suatu aktifitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemilikan apapun kepada yang menerimanya.

Internet banking adalah layanan untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Merupakan kegiatan perbankan yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk melakukan transaksi dan mendapatkan informasi lainnya melalui website milik bank. Kegiatan ini menggunakan jaringan internet sebagai perantara atau penghubung antara nasabah dengan bank tanpa harus mendatangi kantor bank. Nasabah dapat menggunakan perangkat komputer desktop, laptop, tablet, atau smartphone yang terhubung ke jaringan internet sebagai penghubung antara perangkat nasabah dengan sistem bank (Nelson, 2015)

Mobile banking adalah fasilitas layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/*handphone GSM (Global for Mobile Communication)* atau *CDMA* yang sudah *android/smartphone* dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator seluler. Untuk mendapatkan fasilitas layanan ini nasabah harus mengisi surat permohonan ini kepada bank dan mendaftarkan nomor hp yang akan digunakan disamping *password* untuk keamanan bertransaksi kemudian mendownload aplikasi *mobile banking* di *App store, playstore*, atau *google store*. (*Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card (SIM Card)* atau biasa dikenal dengan menu layanan data atau *SIM Toolkit*.

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah. Pada dasarnya pengertian kepuasan merupakan keadaan dimana seorang nasabah merasa puas atas produk jasa bank, karena kinerja (hasil) sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan hasil adanya perbedaan – perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja yang dirasakan oleh nasabah tersebut. Kepuasan nasabah merupakan suatu tanggapan perilaku nasabah berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang dan jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan nasabah. Puas merasa senang, lega, gembira, kenyang, dan sebagainya karena sudah terpenuhi hasrat hatinya. Maka kepuasan perihal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya (Kotler dan Keller, 2017).

Harap dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. Menyebutkan bahwa Pelayanan m-Banking menunjukkan pengaruh signifikan antara layanan m-Banking dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. Semakin baik dipelayanan m-Banking akan semakin meningkat kepuasan nasabah. Metode bertransaksi melalui layanan m-Banking sangatlah menguntungkan bagi para nasabah karena layanan m-Banking memberikan kemudahan nasabah dalam bertransaksi dalam perbankan kapanpun dan dimanapun dengan semakin meningkatnya transaksi nasabah yang menggunakan fasilitas m-Banking dalam melakukan transaksi perbankan.

Bonang dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah Di Kota Mataram, Jurnal Iqtishaduna. Menyebutkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan sikap nasabah di bank syariah mataram. Semakin tinggi kepuasan nasabah bukan berarti tidak berhubungan tetapi tidak selalu meningkatkan loyalitas nasabah.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini pembahasan akan menitik beratkan pada bagaimana pengaruh fasilitas layanan *internet banking* dan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah Indonesia kantor cabang Tangerang city. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah Indonesia kantor cabang Tangerang.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan fasilitas layanan *internet banking* dan *mobile banking* di BSI Tangerang city 500 orang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*, sampel random sampling adalah pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu. Peneliti menggunakan rumus dengan Metode Slovin 10% maka sampel yang didapat sebanyak 83 dan dibulatkan menjadi 85 (Sugiyono, 2017).

Metode Analisis Data

Penelitian ini melakukan uji coba instrumen dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistika deskriptif, uji asumsi klasik dan regresi linear berganda. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji auto korelasi. Selain itu juga, melakukan uji hipotesis menggunakan Uji Determinasi, Uji F, dan Uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana mutu alat ukur mampu mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi Pearson Product Moment. Teknik pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor-skor tiap butir pernyataan dengan skor total dari butir pernyataan, dan hasil dari korelasi tersebut berupa r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} . Pengujian instrumen menggunakan uji dua sisi taraf signifikan 5% dengan jumlah responden sebanyak 85 orang, maka diketahui $df = N - 2$ dengan probabilitas 0,05 sehingga nilai r_{tabel} adalah 0,213. Adapun kaidah pengujian validitas instrumen adalah suatu data dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha = 5\%$; $n-2$) dan $N =$ jumlah sampel (Sugiyono, 2019).

Tabel 1 Uji Validitas

<i>Variabel</i>	<i>Kuisisioner</i>	<i>rhitung</i>	<i>rtabel</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Fasilitas Layanan Internet Banking (X1)</i>	<i>I1</i>	<i>0,451</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>I2</i>	<i>0,716</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>I3</i>	<i>0,598</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>I4</i>	<i>0,680</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>I5</i>	<i>0,653</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>I6</i>	<i>0,548</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
<i>Mobile Banking (X2)</i>	<i>M1</i>	<i>0,494</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>M2</i>	<i>0,737</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>M3</i>	<i>0,675</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>M4</i>	<i>0,681</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>M5</i>	<i>0,664</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>M6</i>	<i>0,619</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>M7</i>	<i>0,684</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
<i>Kepuasan (Y)</i>	<i>K1</i>	<i>0,859</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>K2</i>	<i>0,621</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>K3</i>	<i>0,774</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>K4</i>	<i>0,674</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>
	<i>K5</i>	<i>0,723</i>	<i>0,213</i>	<i>Valid</i>

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner untuk variabel Fasilitas Layanan *Internet Banking (X1)*, *Mobile Banking (X2)*, dan Kepuasan nasabah (Y). Terlihat hasil Uji validitas menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena lebih besar dari r_{tabel} yaitu memiliki nilai korelasi diatas 0,213.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tolak ukur sebuah instrumen sejauh mana konsisten dari waktu ke waktu atau tidak berubah-ubah dan dapat dipercaya baru bisa dikatakan sebuah

instrumen reliabel. Dalam pengujian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan signifikan yang digunakan > 0.60 (Sugiyono, 2019).

Tabel 2 Uji Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Cut-off</i>	<i>Kriteria</i>
<i>Fasilitas Layanan Internet Banking (X1)</i>	0,66	0,60	<i>Reliabel</i>
<i>Mobile Banking (X2)</i>	0,77	0,60	<i>Reliabel</i>
<i>Kepuasan Nasabah (Y)</i>	0,78	0,60	<i>Reliabel</i>

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan hasil uji reliabilitas bahwa nilai *Cronbach Alpha* (a) Fasilitas Layanan *Internet Banking* 0,66, *Mobile Banking* 0,77, dan Kepuasan nasabah 0,73 melebihi angka signifikan 0,60. maka dapat dinyatakan bahwa variabel adalah reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas kolmogrov smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik, uji ini bertujuan untuk memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Untuk mengkaji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara untuk melihat normalitas adalah melihat uji statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov yakni nilai uji K-S > dibandingkan taraf signifikan 0,05 (Ghozali, 2019).

Tabel 3 Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			
			<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>			85
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000	
	<i>Std. Deviation</i>	1,04018554	
<i>Most Differences</i>	<i>Extreme Absolute</i>	,083	
	<i>Positive</i>	,083	
	<i>Negative</i>	-,058	
<i>Test Statistic</i>			,083
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>			,200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal.</i>			

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa uji normalitas menggunakan kolmogrov-smirnov diketahui nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,83 dan nilai signifikansi 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yang digunakan adalah dengan metode VIF tidak boleh lebih besar dari 5 (lima). Jika lebih besar dari 5 (lima) maka dapat dikatakan data yang digunakan terkena gejala multikolinieritas (Ghozali, 2019).

Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)	,628	1,327			
	Fasilitas Layanan Internet Banking	,476	,133	,510	,144	6,930
	Mobile Banking	,290	,110	,377	,144	6,930

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa nilai VIF Fasilitas Layanan *Internet Banking* dan *Mobile Banking* 6,930 menunjukkan tidak lebih dari 10 (sepuluh), dan nilai tolerance fasilitas layanan internet banking dan mobile banking 0,144 > 0,100 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas pada persamaan regresi.

Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas dengan menggunakan metode spearman dapat dikatakan lolos apabila nilai signifikan variabel > 0.05 (Ghozali, 2019).

Tabel 5 Uji Heteroskedasitas

<i>Correlations</i>					
			<i>Fasilitas Layanan Internet Banking</i>	<i>Mobile Banking</i>	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Spearman's rho</i>	<i>Fasilitas Layanan Internet Banking</i>	<i>Correlation</i>	1,000	,914**	,031
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	,000	,781
		<i>N</i>	85	85	85
	<i>Mobile Banking</i>	<i>Correlation</i>	,914**	1,000	,066
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	.	,548
		<i>N</i>	85	85	85
	<i>Unstandardized Residual</i>	<i>Correlation</i>	,031	,066	1,000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	,781	,548	.
		<i>N</i>	85	85	85

****.** *Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan nilai signifikan fasilitas layanan *internet banking* 0,781 > 0,05 dan nilai signifikan *mobile banking* 0,548 artinya dari nilai kedua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedasitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1, metode yang digunakan adalah Durbin Watson (Ghozali, 2019).

Tabel 5 Uji autokorelasi

<i>Model Summary^b Durbin Watson</i>	
<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1,053	1,962
<i>a. Predictors: (Constant), Mobile Banking, Fasilitas Layanan Internet Banking</i>	
<i>b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah</i>	

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan nilai Nilai dU dan dL pada tabel DW dengan sampel 85 dan K2 1,6957 dan 1,5995. $1,6957 (dU) - 4 = 2,3043$ dan $1,5995 (dL) - 4 = 2,4005$ sedangkan K2 nilai DW pada uji ini sebesar 1,962. Sehingga dapat disimpulkan nilai DW $1,962 < 2,3043$ dan $2,4005$ (nilai dU dan dL), maka tidak ada gejala autokorelasi.

Uji Statistik

Uji R Determinasi

Uji R determinasi atau R square bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel fasilitas layanan *internet banking* dan *mobile banking* (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) (Sugiyono, 2019).

Tabel 6 Uji R determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,871 ^a	,759	,753	1,053
<i>a. Predictors: (Constant), Mobile Banking, Fasilitas Layanan Internet Banking</i>				
<i>b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah</i>				

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan bahwa nilai R square $0,759 \times 100 = 75,9\%$. Berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikat adalah sebesar 75,9% berarti terdapat 24,1% ($100\% - 75,9\%$) varians variabel terikat yang dijelaskan oleh faktor lain. Berdasarkan implementasi tersebut maka tampak bahwa nilai R Square adalah antara 0 sampai dengan 1.

Uji F

Uji F menunjukkan apakah semua variabel fasilitas layanan *internet banking* dan *mobile banking* mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan

Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang

nasabah. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} k; n-k = 2; 85-2 = 83. dan melihat nilai signifikansi 0,05 (Ghozali, 2019).

Tabel 7 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	285,466	2	142,733	128,777	,000 ^b
	Residual	90,887	82	1,108		
	Total	376,353	84			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), Mobile Banking, Fasilitas Layanan Internet Banking

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka variabel fasilitas layanan *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan nilai $F_{hitung} 128,777 > 3.11$ (F_{tabel}). Dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas Layanan *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel fasilitas layanan *internet banking* dan *mobile banking* secara individual dalam menerangkan variasi variabel kepuasan nasabah. Jika nilai Sig. < 0.05 maka artinya variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y). Keterangan) jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya variabel independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent (Y) (Ghozali, 2019).

Tabel 8 Uji t

Coefficients ^a				
Model		Standardized Coefficients	T	Sig.
		<i>Beta</i>		
1	(Constant)		,473	,637
	Fasilitas Layanan Internet Banking	,510	3,573	,001
	Mobile Banking	,377	2,638	,010

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 12 nilai signifikansi Fasilitas layanan *Internet Banking* $0,001 < 0,05$ (nilai signifikansi) dan nilai $t_{hitung} 3,573 > 1,66298$ (nilai t tabel) maka berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan nilai signifikansi *Mobile Banking* $0,010 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,638 > 1,66298$ (t tabel) maka berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau prediktor (Ghozali, 2019). Uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9 Uji Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
<i>Model</i>		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>
1	(Constant)	,628	1,327	
	Fasilitas Layanan Internet Banking	,476	,133	,510
	Mobile Banking	,290	,110	,377

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber data diolah dengan SPSS 25

Dari Tabel 9 maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,476 X_1 + 0,290 X_2$$

Hasil pengujian masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya dapat dianalisis bahwa nilai constant 0,628, nilai fasilitas layanan *internet banking* 0,476, dan nilai *mobile banking* 0,290. Nilai koefisien regresi Fasilitas layanan *internet banking* 0,476 positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel fasilitas layanan *internet banking* dengan kepuasan nasabah, jika koefisien fasilitas layanan *Internet banking* ditingkatkan maka maka kepuasan nasabah menjadi meningkat. Sedangkan nilai koefisien regresi *Mobile banking* 0,290 positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel *mobile banking* dengan variabel kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan terakhir implementasi hasil analisis mengenai Pengaruh Fasilitas Layanan *Internet Banking* dan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan menggunakan data yang terdistribusi normal, dan tidak terdapat multikolinieritas, heteroskedasitas, dan autokorelasi maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut: Berdasarkan Uji t parsial pengaruh fasilitas layanan *Internet Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kc Tangerang. Sedangkan Fasilitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kc Tangerang. Berdasarkan Uji R Determinasi nilai R square $0,759 \times 100 = 75,9\%$. Berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikat adalah sebesar 75,9% berarti terdapat 24,1% (100%-75.9%) dipengaruhi variabel lainnya. Sedangkan berdasarkan Uji F simultan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 128,777 > 3.11$ (F_{tabel}). Maka variabel fasilitas layanan *Internet Banking* dan *Mobile Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

REFERENSI

- A.S Moenir. 2014. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Arafat, Yusmad Muammar. 2018. Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik. Penerbit Deepublish, Yogyakarta.
- Bonang, Dahlia. 2017. Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah Di Kota Mataram, Jurnal Iqtishaduna, Vol. VIII, No. 2.
- Harahap, Zakaria.2020. Pengaruh Pelayanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih, Jurnal Islamic Bankin, Vol. 6, No.1.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Penerbit Alfa, Beta Bandung
- Nelson Tampu Bolon at all. 2015. Bijak Ber-eBanking. OJK, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2016. Pelanggan puas? Tak cukup!. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Zulkifli. 2014. Mengelola Kualitas Layanan Perbankan. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.