

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Indonesia berpotensi memimpin sektor perbankan syariah sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Dukungan pemangku kepentingan yang kuat dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap isu halal adalah komponen kunci dalam pertumbuhan ekosistem industri halal Indonesia. Termasuk bank syariah dalam hal ini.

Dalam ekosistem industri halal, bank syariah sangat penting sebagai fasilitator segala aktivitas ekonomi. Keberadaan sektor perbankan syariah di Indonesia telah tumbuh dan berkembang secara signifikan selama tiga dekade terakhir. Dari tahun ke tahun, ada tren yang baik dalam pengembangan jaringan, peningkatan layanan, dan inovasi produk. Pada kenyataannya, keinginan untuk melakukan percepatan terlihat pada kuantitas bank syariah yang terlibat dalam kegiatan perusahaan. Tak terkecuali Bank Syariah milik bank BUMN, seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H sejarah penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu organisasi bernama Bank Syariah Indonesia (BSI). Ketiga bank syariah tersebut akan menggabungkan kekuatannya melalui merger ini untuk menawarkan layanan yang lebih komprehensif, nasabah yang lebih besar, dan peningkatan kapasitas permodalan. Bank Syariah Indonesia terdorong untuk dapat bersaing dalam skala dunia berkat janji pemerintah yang dibuat melalui Kementerian BUMN dan sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, dan BRI).

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) telah diresmikan melalui surat yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan Nomor : SR-3/PB.1/2021 pada tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank Syariah BNI kedalam PT Bank BRI Syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan

Izin Usaha PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk yaitu sebagai hasil gabungan. Sehingga dengan dikeluarkannya surat yang telah dikeluarkan oleh OJK ini maka akan menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan yang berlandaskan konsep syariah dengan penggabungan dari 3 (tiga) Bank pembentuknya.

Komposisi pemegang sahan BSI adalah PT Bank Mandiri (persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk 17,25% dan sisanya adalah masing – masing pemegang saham yang dibawah 5%.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

a) Visi

Top 10 Global Islamic Banking

b) Misi

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valusi kuat (PB>2)

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4) Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)

Gambar 4.1 Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)



Sumber: Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru 2022

5) Tujuan Mager Oleh Bank Syariah Indonesia (BSI)

Tujuan di bentuknya Bank Syariah Indonesia adalah untuk menjadi Bank Syariah terbesar, menjadi barometer market yang ada di Indonesia dan mempunyai daya saing global.

Tujuan merger yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia :

- a) Sinergi yang baik demi meningkatkan layanan untuk nasabah Bank Syariah

Dengan tergabungnya tiga Bank Syariah tentu bergabungnya pula tiga layanan perbankan dalam satu pintu agar dapat mengoptimalkan prospek bisnis dan pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Dengan bersinerginya bank ini menghasilkan merger yang semakin kuat dan kokoh yang tentunya sejalan dengan visi bank syariah.

- b) Perbaikan proses bisnis

Dalam perbaikan bisnis ini tentu memudahkan pemerintah untuk mengawal prinsip bank syariah yang dijalankan agar sesuai dengan syariat bisnis syariah, ini akan menjadikan tantangan yang tentu sebanding dengan proses bisnis syariah yang akan semakin baik kedepannya.

- c) Risk management

Pada pengelolaan BSI tentu akan meminimalisir adanya resiko yang akan mungkin terjadi dalam pengelolaan bisnis perbankan dimasa yang akan datang. Dilihat dari keberhasilan Bank Mandiri saat ini diketahui bahwa hasil merger empat bank sebelumnya

dapat menjadi pelajaran bahwa resiko perbankan tentu dapat diminalisir apabila ketiga bank syariah plat merah ini digabungkan menjadi satu.

d) Sumber daya instansi

Bank Syariah Indonesia selalu menyeleksi sumber daya terbaik untuk menjalankan industry perbankan syariah agar lebih baik, maka dari itu pada setiap instansi dan para jajaran direksi diisi oleh orang – orang bertenaga professional dan bekerja dalam satu paying lembaga dengan menjalankan visi dan misi yang searah.

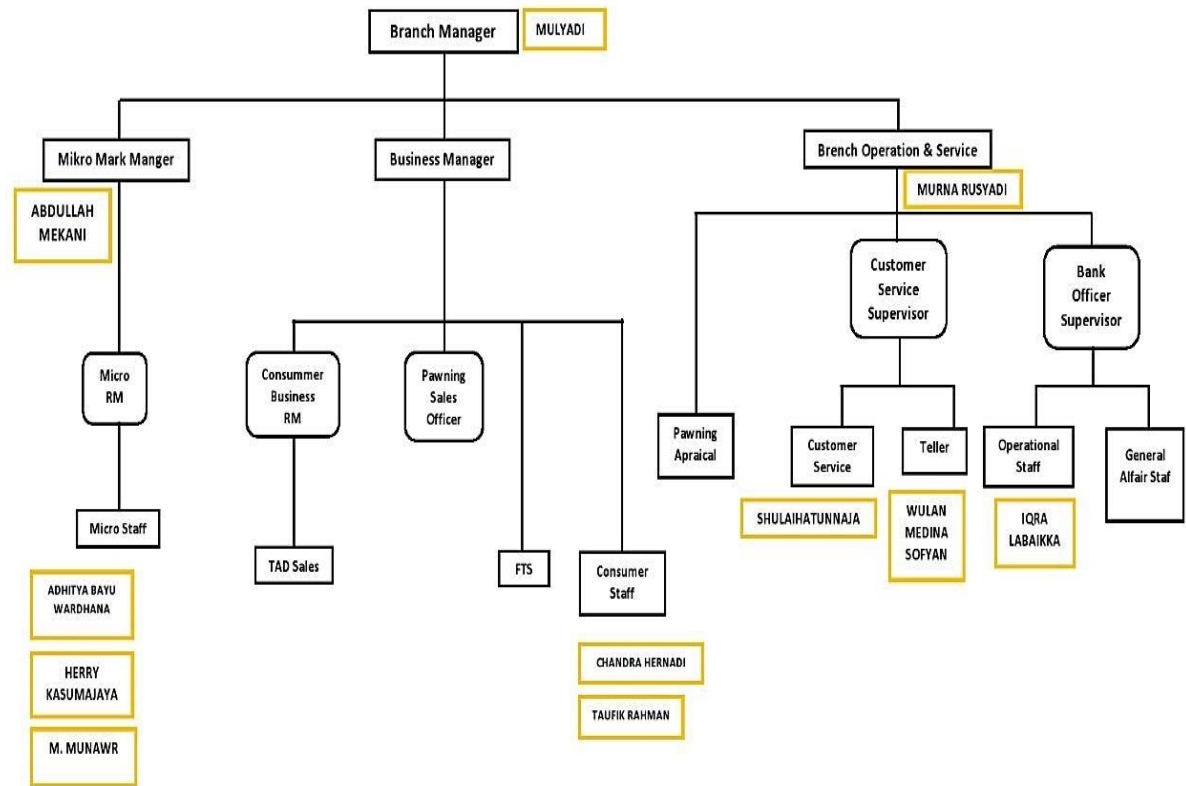
e) Penguatan teknologi digital

Dengan pengembangan teknologi dan inovasi perbankan yang terus bermunculan tentunya menjadi tugas dari Bank Syariah Indonesia agar menyeragamkan teknologi syariah yang ada di Indonesia. Adapun dari segi teknologi BSI sendiri membuat website serta adanya aplikasi BSI mobile yang berbasis secara online agar memudahkan masyarakat atau nasabah untuk mengakses layanan perbankannya.

6) Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru

Salah satu komponen terpenting perusahaan adalah struktur organisasinya, yang merupakan tingkat atau pengaturan yang menggabungkan distribusi tugas dan tanggung jawab di antara karyawannya sesuai dengan posisi mereka. Selain itu, struktur organisasi sering disebut sebagai bagan atau skema organisasi karena mereka menawarkan representasi skematis tentang bagaimana individu berinteraksi satu sama lain di dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Keadaan serupa juga terjadi di PT Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru, di mana karyawan melaksanakan tugasnya sesuai dengan tugas dan wewenang masing-masing sambil bekerja sama satu sama lain untuk memajukan tujuan perusahaan. Untuk mengetahui lebih lanjut secara mendalam struktur organisasi dari Bank Syariah Indonesia KCP Banjarbaru adalah sebagai berikut :

Gambar 4.2 Struktur Organisasi BSI KCP Banjarbaru



Sumber : Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru 2022

b. Deskripsi Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa puas nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru, dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru. Karakteristik responden yang digunakan untuk melengkapi dan memperkuat penelitian, diantaranya jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang pernah menggunakan layanan pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru. Adapun uraian gambaran umum responden pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	51	51%
2	Perempuan	49	49%
total		100	100%

Sumber : Data diolah penulis, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat dari 100 responden, responden terbanyak berjenis kelamin laki-laki yaitu sejumlah 51 atau 51%. Sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 49 atau 49%.

2. Karakteristik Responden Menurut Usia

Berdasarkan hasil karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2 Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	15-24 Tahun	23	23%
2	25-39 Tahun	62	62%
3	40-54 Tahun	14	14%
4	55 Tahun Keatas	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah penulis, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden tertinggi yaitu usia 25-39 tahun sebanyak 62 responden atau 62%, responden terkecil usia 55 tahun keatas sebanyak 1 responden atau 1%.

3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.3 Responden Menurut Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Presentase
1	SD/MI/Sederajat	0	0%
2	SMP/Mts/Sederajat	4	4%
3	SMA/MA/Sederajat	53	53%
4	S1	42	42%

5	S2	1	1%
6	S3	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah penulis, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA/MA/Sederajat memiliki jumlah tertinggi yaitu sebesar 52 responden atau sebesar 52%, sedangkan responden yang memiliki pendidikan terakhir S2 memiliki jumlah terendah yaitu sebesar 1 responden atau 1%, dan responden yang memiliki pendidikan terakhir SD/MI/Sederajat dan S3 sebesar 0 responden atau 0%.

c. Statistik Deskriptif

Tujuan pengukuran statistik deskriptif variabel adalah untuk memberikan ringkasan temuan respon responden terhadap indikator pengukuran masing-masing variabel. Berikut adalah statistik deskriptif penelitian ini :

1. *Self Service Technology* (X1)

Dalam hal ini variabel *Self Service Technology* mempunyai tujuh indikator yang digunakan untuk mengisi kuesioner ini, adapun indikatornya adalah *functionality*, *enjoyment*, *security/privacy*, *design*, *convenience*, *customization* dan *assurance*.

Tabel 4.4 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel *Self Service Technology*

Item	P	SS		S		KS		TS		STS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Functionality	1	28	20%	63	63%	8	8%	1	1%	0	0%	100	100%	4,18
	2	44	44%	48	48%	7	7%	1	1%	0	0%	100	100%	4,35
Enjoyment	3	22	22%	69	69%	7	7%	2	2%	0	0%	100	100%	4,11
Security/privacy	4	36	36%	51	51%	11	11%	3	3%	0	0%	100	100%	4,21
Design	5	27	27%	59	59%	11	11%	3	3%	0	0%	100	100%	4,10
Convenience	6	39	39%	51	51%	5	5%	5	5%	0	0%	100	100%	4,24
Cuztomization	7	27	27%	57	57%	15	15%	1	1%	0	0%	100	100%	4,10
Assurance	8	24	24%	62	62%	11	11%	3	3%	0	0%	100	100%	4,07

Sumber : Data diolah penulis, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Pada pernyataan ke 1 (Dalam menggunakan perangkat *self service technology* perbankan seperti ATM, M-Banking dan Internet Banking dapat dioperasikan dengan mudah oleh nasabah BSI) sebanyak 28 responden menyatakan sangat setuju dan 63 responden menyatakan setuju.
- b) Pada pernyataan ke 2 (Dalam menggunakan perangkat *self service technology* perbankan seperti ATM, M-Banking dan Internet Banking dapat digunakan dengan cepat dalam waktu yang singkat oleh nasabah

BSI) sebanyak 44 responden menyatakan sangat setuju dan 48 responden menyatakan setuju.

- c) Pada pernyataan ke 3 (Merasa senang menggunakan fasilitas *self service technology* perbankan seperti ATM, M-Banking dan Internet Banking dalam bertransaksi) sebanyak 22 responden menyatakan sangat setuju dan 69 responden menyatakan setuju.
- d) Pada pernyataan ke 4 (Merasa aman dan nyaman menggunakan fasilitas *self service technology* perbankan seperti ATM, M-Banking dan Internet Banking) sebanyak 36 responden menyatakan sangat setuju dan 51 responden menyatakan setuju.
- e) Pada pernyataan ke 5 (Merasa fasilitas *self service technology* perbankan seperti ATM, M-Banking dan Internet Banking memiliki tampilan yang menarik) sebanyak 27 responden menyatakan sangat setuju dan 59 responden menyatakan setuju.
- f) Pada pernyataan ke 6 (Merasa fasilitas *self service technology* perbankan seperti ATM, M-Banking dan Internet Banking memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah) sebanyak 39 responden menyatakan sangat setuju dan 51 responden menyatakan setuju.
- g) Pada pernyataan ke 7 (Merasa fasilitas *self service technology* perbankan seperti ATM, M-Banking dan Internet Banking sesuai dengan keinginan nasabah) sebanyak 27 responden menyatakan sangat setuju dan 57 responden menyatakan setuju.

- h) Pada pernyataan ke 8 (Merasa fasilitas self service technology perbankan seperti ATM, M-Banking dan Internet Banking memberikan rasa aman bagi nasabah) sebanyak 24 responden menyatakan sangat setuju dan 62 responden menyatakan setuju.

2. Kualitas Pelayanan Islami (X2)

Dalam hal ini variabel kualitas pelayanan Islami mempunyai enam indikator yang digunakan untuk mengisi kuesioner ini. Adapun indikatornya adalah bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), peduli (*empathy*) dan kepatuhan syariah (*compliance*).

Tabel 4.5 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan Islami

Item	P	SS		S		KS		TS		STS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Bukti Fisik	9	33	33%	62	62%	4	4%	1	1%	0	0%	100	100%	4,27
	10	20	20%	76	76%	3	3%	1	1%	0	0%	100	100%	4,15
Keandalan	11	38	38%	46	46%	14	14%	2	2%	0	0%	100	100%	4,20
	12	30	30%	56	56%	13	13%	1	1%	0	0%	100	100%	4,15
Daya Tanggap	13	28	28%	61	61%	10	10%	1	1%	0	0%	100	100%	4,16
	14	32	32%	62	62%	5	5%	1	1%	0	0%	100	100%	4,25
Jaminan	15	21	21%	58	58%	20	20%	1	1%	0	0%	100	100%	3,99

	16	20	20%	72	72%	7	7%	1	1%	0	0%	100	100%	4,11
Empati	17	26	26%	40	40%	30	30%	4	4%	0	0%	100	100%	3,88
	18	16	16%	76	76%	6	6%	2	2%	0	0%	100	100%	4,06
Kepatuhan	19	20	20%	64	64%	15	15%	1	1%	0	0%	100	100%	4,03
Sayariah	20	28	28%	36	36%	26	26%	7	7%	3	3%	100	100%	3,79

Sumber : Data diolah penulis, 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Pada pernyataan ke 9 (Merasa Bank BSI memiliki ruang kantor yang sangat terjaga kebersihan dan kerapian fasilitas kantornya) sebanyak 33 responden menyatakan sangat setuju dan 62 responden menyatakan setuju.
- b) Pada pernyataan ke 10 (Merasa karyawan Bank BSI berpenampilan yang rapi dan sopan) sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju dan 76 responden menyatakan setuju.
- c) Pada pernyataan ke 11 (Merasa karyawan Bank BSI memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah) sebanyak 38 responden menyatakan sangat setuju dan 46 responden menyatakan setuju.
- d) Pada pernyataan ke 12 (Merasa karyawan Bank BSI memiliki kehandalan dalam menangani permasalahan nasabah) sebanyak 30 responden menyatakan sangat setuju dan 56 responden menyatakan setuju.

- e) Pada pernyataan ke 13 (Merasa karyawan Bank BSI memiliki ketanggapan saat memenuhi kebutuhan nasabah) sebanyak 28 responden menyatakan sangat setuju dan 61 responden menyatakan setuju.
- f) Pada pernyataan ke 14 (Merasa karyawan Bank BSI selalu bersedia membantu nasabah saat mengalami kesulitan) sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju dan 62 responden menyatakan setuju.
- g) Pada pernyataan ke 15 (Merasa karyawan Bank BSI memberikan jaminan keamanan kepada nasabah saat bertransaksi) sebanyak 21 responden menyatakan sangat setuju dan 58 responden menyatakan setuju.
- h) Pada pernyataan ke 16 (Merasa karyawan Bank BSI mempunyai pengetahuan yang baik terhadap produk dan jenis layanan bank) sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju dan 72 responden menyatakan setuju.
- i) Pada pernyataan ke 17 (Merasa karyawan Bank BSI memberikan perlakuan yang penuh perhatian kepada nasabah) sebanyak 26 responden menyatakan sangat setuju dan 40 responden menyatakan setuju.
- j) Pada pernyataan ke 18 (Merasa karyawan Bank BSI sangat memahami kebutuhan nasabah) sebanyak 16 responden menyatakan sangat setuju dan 76 responden menyatakan setuju.
- k) Pada pernyataan ke 19 (Merasa Bank BSI memberikan pelayanan yang sesuai dengan syariat Islam seperti terhindar dari riba, gharar, maysir, dan

sebagainya) sebanyak 20 responden menyatakan sangat setuju dan 64 responden menyatakan setuju.

- 1) Pada pernyataan ke 20 (Merasa Bank BSI memiliki layanan yang dapat meningkatkan ibadah seperti zakat, infaq dan shadaqah) sebanyak 28 responden menyatakan sangat setuju dan 36 responden menyatakan setuju.

3. Kepuasan Nasabah (Y)

Dalam hal ini variabel kepuasan nasabah mempunyai tiga indikator yang digunakan untuk mengisi kuesioner ini. Adapun indikatornya adalah kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Tabel 4.6 Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Nasabah

Item	P	SS		S		KS		TS		STS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Kesesuaian	21	35	35%	46	46%	17	17%	2	2%	0	0%	100	100%	4,14
Harapan	22	25	25%	58	58%	14	14%	3	3%	0	0%	100	100%	4,05
	23	21	21%	63	63%	15	15%	1	1%	0	0%	100	100%	4,04
Minat	24	32	32%	50	50%	17	17%	1	1%	0	0%	100	100%	4,13
Berkunjung	25	19	19%	59	59%	20	20%	2	2%	0	0%	100	100%	3,95
Kembali	26	16	16%	66	66%	14	14%	4	4%	0	0%	100	100%	3,94
Kesediaan	27	26	26%	56	56%	16	16%	2	2%	0	0%	100	100%	4,06

merekomendasi kan	28	17	17%	60	60%	21	21%	2	2%	0	0%	100	100%	3,92
----------------------	----	----	-----	----	-----	----	-----	---	----	---	----	-----	------	------

Sumber : Data diolah penulis, 2022

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Pada pernyataan ke 21 (Merasa produk yang ditawarkan Bank BSI memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan nasabah) sebanyak 35 responden menyatakan sangat setuju dan 46 responden menyatakan setuju.
- b) Pada pernyataan ke 22 (Merasa pelayanan yang diberikan Bank BSI sesuai atau melebihi harapan dari nasabah) sebanyak 25 responden menyatakan sangat setuju dan 56 responden menyatakan setuju.
- c) Pada pernyataan ke 23 (Merasa fasilitas yang didapat oleh sesuai ataupun melebihi dengan yang diharapkan oleh nasabah) sebanyak 21 responden menyatakan sangat setuju dan 63 responden menyatakan setuju.
- d) Pada pernyataan ke 24 (Berminat untuk berkunjung kembali karena kualitas layanan pada Bank BSI sangat baik) sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju dan 50 responden menyatakan setuju.
- e) Pada pernyataan ke 25 (Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas yang disediakan oleh Bank BSI sangat memadai) sebanyak 19 responden menyatakan sangat setuju dan 59 responden menyatakan setuju.
- f) Pada pernyataan ke 26 (Berminat untuk berkunjung kembali karena merasa puas menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan oleh Bank

BSI) sebanyak 16 responden menyatakan sangat setuju dan 66 responden menyatakan setuju.

- g) Pada pernyataan ke 27 (Menyarankan teman atau kerabat terdekat untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank BSI karena mudah digunakan untuk bertransaksi) sebanyak 26 responden menyatakan sangat setuju dan 56 responden menyatakan setuju.
- h) Pada pernyataan ke 28 (Menyarankan teman atau kerabat terdekat untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank BSI karena layanan yang diberikan sangat memuaskan) sebanyak 17 responden menyatakan sangat setuju dan 60 responden menyatakan setuju.

d. Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Buwono (2006), kriteria penilaian uji validitas dengan taraf signifikan (α) = 0,05, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid atau ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut. Diketahui jumlah responden sebesar 100 orang. Jadi, r_{tabel} dalam penelitian ini sebesar 0,163.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas *Self Service Technology*

Butir Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig (2- Tailed)	Keterangan
X1.1	0,745	0,000	Valid
X1.2	0,676	0,000	Valid
X1.3	0,753	0,000	Valid
X1.4	0,783	0,000	Valid
X1.5	0,754	0,000	Valid
X1.6	0,781	0,000	Valid
X1.7	0,779	0,000	Valid
X1.8	0,785	0,000	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan untuk variabel *Self Service Technology* (X1) mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga butir-butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel *Self Service Technology* (X1) adalah valid dan dapat digunakan dalam pengujian.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Islami

Butir Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig (2- Tailed)	Keterangan
X2.1	0.635	0.000	Valid

X2.2	0.656	0.000	Valid
X2.3	0.673	0.000	Valid
X2.4	0.637	0.000	Valid
X2.5	0.772	0.000	Valid
X2.6	0.600	0.000	Valid
X2.7	0.708	0.000	Valid
X2.8	0.713	0.000	Valid
X2.9	0.688	0.000	Valid
X2.10	0.691	0.000	Valid
X2.11	0.606	0.000	Valid
X2.12	0.612	0.000	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan Islami (X2) mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga butir-butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan Islami (X2) adalah valid dan dapat digunakan dalam pengujian.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Butir Pertanyaan	Pearson Correlation	Sig (2- Tailed)	Keterangan
-----------------------------	--------------------------------	----------------------------	-------------------

Y.1	0.799	0,000	Valid
Y.2	0.745	0,000	Valid
Y.3	0.739	0,000	Valid
Y.4	0.776	0,000	Valid
Y.5	0.800	0,000	Valid
Y.6	0.824	0,000	Valid
Y.7	0.785	0,000	Valid
Y.8	0.791	0,000	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y) mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga butir-butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kepuasan Nasabah (Y) adalah valid dan dapat digunakan dalam pengujian.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2013) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Menurut Bawono (2006) suatu variabel bisa dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Sehingga data tersebut bisa dikatakan reliabel untuk pengukuran dan penelitian selanjutnya.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Self Service Technology*

Cronbach Alpha	N of Items
.893	8

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* atau variabel *Self Service Technology* (SST) sebesar 0.893 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan Islami

Cronbach Alpha	N of Items
.875	12

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* atau variabel Kualitas pelayanan Islami sebesar 0.875 sehingga dapat

disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah

Cronbach Alpha	N of Items
.909	8

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* atau variabel Kualitas pelayanan Islami sebesar 0.909 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui bahwa apakah data telah terdistribusi dengan normal atau tidak (Priyatno, 2010).

Metode yang digunakan yaitu menggunakan metode *Kolmogrov Smirnov*. Normalitas terpenuhi jika nilai signifikansi yang diperoleh adalah lebih besar 0,05. Artinya, bahwa sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi yang

diperoleh adalah lebih kecil dari 0,05 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal (Ghozali, 2016).

Tabel 4.13 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.13301214
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.062
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa pengujian normalitas menggunakan metode *Kolmogrov Smirnov* nilai signifikansinya sebesar 0,091 dikarenakan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka penelitian ini lolos dalam uji normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna (Priyatno, 2010). Uji multikolenieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen (Ghozali, 2016).

Dalam mendeteksi ada tidaknya multikolenieritas didalam regresi maka dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1 / tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolenieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Ghozali, 2016).

Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		

SST	.662	1.510
KUALITAS PELAYANAN ISLAMI	.662	1.510

a. Dependent Variable: KEPUASAN
NASABAH

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui bahwa penelitian ini tidak mengandung persoalan multikolenieritas, hal ini menunjukkan dengan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 dan VIF tidak lebih dari 10.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas (Priyatno, 2010).

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Apabila signifikansi hasil kolerasi lebih kecil dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya. Berikut uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas**Coefficients^a**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.822	.071
	SST	1.450	.150
	KUALITAS LAYANAN ISLAMI	-1.717	.089

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui nilai signifikansi seluruh variabel independen $> 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

4. Uji Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2013).

Tabel 4.16 Uji Koefisien Diterminasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.590	.581	2.82973

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN ISLAMI, SST

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai R Square (R²) yang diperoleh sebesar 0,590 atau 59%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen *Self Service Technology* dan kualitas pelayanan Islami mampu menjelaskan sebesar 59% terhadap variabel dependen kepuasan. Sedangkan sisanya sebesar 41% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

1) Uji Simultan

Menurut Ghozali (2013), uji ini dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Pedoman yang digunakan apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak dan apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka ada pengaruh signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

Mencari F tabel = f (k;n-k)

$$= f (2;100-2)$$

$$= f (2;98)$$

$$= 3,09$$

Tabel 4.17 Uji Signifikan Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	210.813	2	105.407	37.703	.000 ^b
Residual	271.187	97	2.796		
Total	482.000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Islami, SST

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan Tabel 4.17 diatas didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 37.703 dan nilai signifikan sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($37.703 > 3,09$) dan probabilitas penelitian ini $0,000 <$

0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari *Self Service Technology* (X1) dan kualitas pelayanan Islami (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan (Y).

2) Uji Parsial

Menurut Ghozali (2013), uji ini digunakan untuk memahami koefisien variabel bebas (variabel independen), yang dapat menggunakan koefisien standar dan tidak terstandarisasi. 0,05 digunakan sebagai ambang batas signifikan untuk pengujian. Dengan $df=n-2$, 5% adalah tingkat signifikan yang digunakan. Pengambilan keputusan berdasar nilai signifikansi :

- Jika nilai sig < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y) atau hipotesis diterima.
- Jika nilai sig > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y) atau hipotesis ditolak.

Pengambilan keputusan berdasar t_{hitung} dan t_{tabel} :

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.

- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

Mencari T tabel = $t (a/2;n-k-1)$

$$= t (0,05/2;100-2-1)$$

$$= t (0,025;97)$$

$$= 1,98472$$

Tabel 4.18 Uji Signifikan Parsial

Coefficients ^a			
Model	T tabel	t	Sig.
1 (Constant)		2.190	.031
SST	1,984	3.793	.000
KUALITAS LAYANAN ISLAMIS	1,984	4.788	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Hasil dari output uji parsial (uji t) pada tabel 4.18 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Uji t pada *Self Service Technology* (X1)

Uji t terhadap indikator *Self Service Technology* (X1) didapatkan t_{hitung} sebesar 3.793 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.793 > 1,984$) atau signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka secara parsial indikator *Self Service Technology* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y).

b) Uji t pada Kualitas Pelayanan Islami (X2)

Uji t terhadap indikator Kualitas Pelayanan Islami (X2) didapatkan t_{hitung} sebesar 4.788 dengan signifikansi t sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.788 > 1,984$) atau signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka secara parsial indikator Kualitas Pelayanan Islami (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Y).

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Bawono (2006), uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data yang bersifat multivariate. Analisa ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) yang jumlahnya lebih dari satu.

Disini penulis menggunakan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemanfaatan *Self Service Technology* (X1) dan kualitas pelayanan Islami (X2) terhadap

kepuasan nasabah (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru.

Tabel 4.19 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.815	3.112	
	SST	.333	.088	.336
	Kualitas Pelayanan Islami	.302	.063	.424

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil Tabel 4.19 diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = 6,815 + 0,333X_1 + 0,302X_2 + e$$

Interpretasi hasil berdasarkan persamaan diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 6,815. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi *self service technology* (X_1)

- dan kualitas pelayanan Islami (X2) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai kepuasan nasabah adalah 6,815.
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel *self service technology* (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,333. Hal ini menunjukkan jika *self service technology* mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,333 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
 - 3) Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan Islami (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,302. Hal ini menunjukkan jika kualitas pelayanan Islami mengalami kenaikan 1%, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,302 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

B. Pembahasan

Berdasarkan analisis dari data diatas bahwa penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, mengenai pengaruh *self service technology* dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh *Self Service Technology* (X1) dan Kualitas Pelayanan Islami (X2) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian terhadap variabel *self service technology* (X1) dan Kualitas Pelayanan Islami (X2) secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang menunjukkan bahwa *self service technology* (X1) dan Kualitas Pelayanan Islami (X2) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru. Hal ini membuktikan bahwa kedua variabel tersebut mempengaruhi kepuasan nasabah secara simultan atau bersama-sama. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan Tabel 4.17 yang didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 37.703 dan nilai signifikan sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($37.703 > 3,09$) dan probabilitas penelitian ini $0,000 < 0,05$.

Dapat dilihat dari nilai modus indikator kesesuaian harapan sebesar 35 orang responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Banjarbaru memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah, produk yang ditawarkan pun memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan, dan fasilitas yang didapatkan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Pengaruh *Self Service Technology* (X1) Terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian terhadap variabel *self service technology* (X1) secara parsial terhadap kepuasan (Y) yang menunjukkan bahwa *self service technology* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.793 > 1,984$) atau signifikansi t lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa *self service technology* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Jadi, semakin baik *self service technology* yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin meningkat pula kepuasan nasabahnya.

Self service technology pada penelitian ini terdapat 7 indikator yang mengukurnya yaitu : *functionality*, *enjoyment*, *security/privacy*, *design*, *convenience*, *customization*, dan *assurance*. Dari ke 7 indikator tersebut semua berpengaruh positif dan signifikan, namun nilai modus tertinggi pada *self service technology* terdapat pada indikator *functionality* sebesar 44 orang responden menyatakan sangat setuju, hal ini menunjukkan bahwa *functionality* merupakan salah satu indikator yang dominan dalam pembentuk variabel *self service technology*. Hal ini mungkin terjadi karena sebagian besar responden yang menggunakan perangkat *self service technology* merasakan kemudahan dalam mengoperasikan perangkat *self service technology* dan dalam penggunaannya

perangkat *self service technology* dapat digunakan dengan cepat dalam waktu yang singkat oleh nasabah. Nasabah akan merasa puas menggunakan suatu layanan jika layanan tersebut memudahkan penggunaannya.

Jadi, penelitian ini didukung oleh penelitian dari Shely Annisa (2021) yang menunjukkan bahwa variabel *Self Service Technology* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. *Self service technology* yang merupakan teknologi yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi secara mandiri seperti yang dilakukan oleh pekerja secara langsung, memudahkan nasabah untuk mengakses layanan keuangan berbasis teknologi di mana saja dan kapan saja tanpa harus mengantri di bank.

Dari penelitian Wicaksono, Kumadji, dan Mawardi (2015) bahwa variabel *self service technology* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas layanan teknologi perbankan yang diberikan maka akan semakin meningkat pula kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami (X2) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian terhadap variabel kualitas layanan Islami (X2) secara parsial terhadap kepuasan (Y) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan Islami memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.788 > 1,984$) atau signifikansi t lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan

Islami menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Jadi, semakin baik kualitas pelayanan Islami yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabahnya.

Pada variabel kualitas pelayanan Islami terdapat 6 indikator yang mengukurnya yaitu : bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), peduli (*empathy*) dan kepatuhan syariah (*compliance*). Semua indikator berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga semakin baik bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepatuhan syariah maka akan meningkatkan pula kualitas layanan yang diberikan dan tentunya juga akan meningkatkan kepuasan nasabah. Nilai modus tertinggi pada indikator kualitas pelayanan Islami terdapat pada kehandalan (*reliability*) sebesar 38 orang responden menyatakan sangat setuju, dimana *reliability* terdiri dari karyawan BSI KCP Banjarbaru memberikan pelayanan yang cepat dan memiliki kehandalan dalam menangani permasalahan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa BSI KCP Banjarbaru dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dalam hal kehandalan (*reliability*) yang cukup baik.

Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aisah (2022), Perdana dan Fahrullah (2020), yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan prinsip-prinsip Islam yang

diterapkan perbankan syariah. Jika ingin menghasilkan hasil usaha, produk atau layanan maka harus memiliki kualitas yang tinggi. Hendaknya juga harus menghindari memberi orang lain sesuatu yang kurang pantas atau di bawah standar.