

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Sejarah Bank Muamalat Cabang Banjarmasin

Bank Muamalat Indonesia (BMI) secara resmi telah berdiri pada tanggal 1 November 1991 atau 24 Rabiul Akhir 1412 H. Adapun akta pendirian Bank Muamalat Indonesia (BMI) telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia yang tertuang dalam surat keputusan No. C2-2413.HT.01.01 pada tahun 1992.

Menurut sejarah, hadirnya Bank Muamalat Indonesia dilatarbelakangi oleh adanya gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan Pengusaha muslim serta juga adanya dukungan dari pemerintah Republik Indonesia yang mempunyai keinginan untuk mendirikan bank syariah pertama di Indonesia.

Tepat pada 1 Mei 1992, secara resmi Bank Muamalat Indonesia dinyatakan mulai beroperasi sebagai salah satu bank yang dalam menjalankan kegiatan operasionalnya akan di sandarkan pada prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadist.

Seiring dengan perkembangan zaman, Bank Muamalat Indonesia terus melakukan inovasi dengan mengeluarkan berbagai macam produk-

produk keuangan syariah seperti asuransi syariah, dana pensiun Lembaga keuangan muamalat dan multi finance syariah. Selain itu pada tahun 2004 Bank Muamalat juga meluncurkan sebuah produk terbaru yang merupakan produk tabungan instan pertama di Indonesia yang bernama Shar-e.

Lebih lanjut, salah satu produk terbaru Bank Muamalat Indonesia yang di liris pada tahun 2011, yakni produk shar-e gold debit visa telah mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai kartu debit syariah pertama dengan menggunakan teknologi chip di Indonesia serta menyediakan layanan e-channel.

Seiring dengan meningkatnya kapasitas dari Bank Muamalat Indonesia, kini BMI terus memperluas keberadaannya dengan menambah jaringan kantor cabang di beberapa negara tidak hanya di seluruh wilayah Indonesia tapi juga di Malaysia.

Terhitung hingga sekarang, secara keseluruhan Bank Muamalat telah mempunyai 325 kantor layanan termasuk 1 kantor layanan cabang yang terdapat di Malaysia.

Dalam perkembangannya, Bank muamalat akan terus menggunakan berbagai strategi bisnis guna dapat mewujudkan salah satu visinya yakni bisa menjadi “Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence“.

Pada 11 September 2003, berdirilah sebuah kantor layanan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin yang secara langsung diresmikan oleh gubernur kalimantan selatan pada masa itu, yakni H. M Sjahriel Darham.

Pada awalnya, adanya Bank Muamalat Cabang Banjarmasin memayungi beberapa kantor layanan pembantu yang di antaranya adalah Martapura, Barabai, Kayutangi, Batu Licin, Banjarbaru, Kandangan dan Harum Manis.

Sejak pendiriannya hingga sekarang, Bank Muamalat Cabang Banjarmasin telah mendapatkan penghargaan dari Mark Plus, dimana pada tahun 2012 dan 2013 secara berurutan dinobatkan sebagai Banjarmasin Service Excellence Champion dengan kategori Sharia Banking. Tidak hanya itu, selanjutnya Bank Muamalat cabang Banjarmasin juga pernah meraih penghargaan pada tahun 2017 sebagai “ Bronze Champion of Banjarmasin WOW Service Excellence Award 2017 ”dalam kategori Islamic Bank.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

a) Visi Bank Muamalat Indonesia

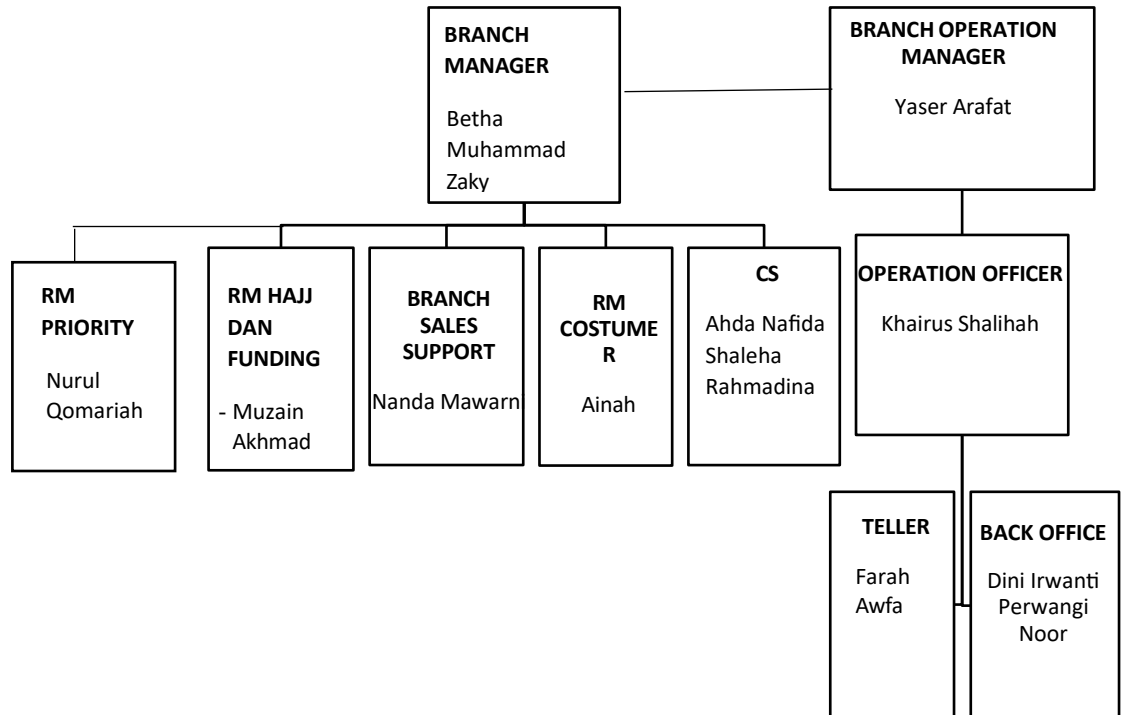
“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

b) Misi Bank Muamalat Indonesia

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan bekesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Banjarmasin

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank Muamalat Banjarmasin



Sumber: Bank Muamalat Kantor Cabang Banjarmasin, 2024

1) Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam survei ini berdasarkan pada jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan.

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	32	32%
2.	Perempuan	68	68%
	Total	100	100%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2024.

Dari data jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang, dan responden perempuan sebanyak 68 orang.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Umur

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 – 24	63	63%
2	25 – 39	19	19%
3	40 – 54	17	17%
4	55 keatas	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2024.

Dari data jumlah responden berdasarkan usia dari 17-24 tahun sebanyak 63 orang, usia 25-39 tahun sebanyak 19 orang, usia 40-54 tahun sebanyak 17 orang, usia 55 tahun ke atas sebanyak 1 orang.

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	37	37%
2	Guru/Dosen	6	6%
3	PNS	1	1%

4	Pedagang	6	6%
5	Wiraswasta	8	8%
6	Lainnya	42	42%
	Total	100	100%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2024.

Dari data jumlah responden berdasarkan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 37 orang, Guru/Dosen sebanyak 6 orang, PNS sebanyak 1 orang, Pedagang sebanyak 6 orang, Wiraswasta sebanyak 8 orang, Lainnya sebanyak 42 orang.

d) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SD/MI/Sederajat	2	2%
2	SMP/MTs/Sederajat	9	9%
3	SMA/MA/Sederajat	49	49%
4	Diploma	2	2%
5	Sarjana	36	36%
6	Pascasarjana	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2024.

Dari data jumlah responden berdasarkan pendidikan SD/MI/Sederajat sebanyak 2 orang, SMP/MTs/Sederajat sebanyak

9 orang, SMA/MA/Sederajat sebanyak 49 orang, Diploma sebanyak 2 orang, Sarjana sebanyak 36 orang, Pascasarjana sebanyak 2 orang.

e) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	< Rp. 500.000	42	42%
2	Rp. 500.000 – Rp. 3.000.000	38	38%
3	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	11	11%
4	Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000	5	5%
5	> Rp. 10.000.000	4	4%
	Total	100	100%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2024.

Dari tabel jumlah responden berdasarkan pendapatan < Rp. 500.000 sebanyak 42 orang, Rp. 500.000-Rp. 3.000.000 sebanyak 38 orang, Rp. 3.000.000-Rp.5.000.000 sebanyak 11 orang, Rp. 5.000.000-Rp. 10.000.000 sebanyak 5 orang, >Rp. 10.000.000 sebanyak 4 orang.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian untuk menentukan valid atau tidak instrumen penelitian tersebut. Dianggap valid apabila hasil r hitung $>$ r tabel dengan α (taraf signifikansi) adalah 0,05. Karena responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, maka nilai r tabel diperoleh dari

rumus (df) $df = 100 - 4 = 96$, sehingga nilai r tabel adalah 0,198. Berikut adalah hasil uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan software SPSS 25.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R _{tabel}	R _{hitung}	Keterangan
ATM (X1)	X1.1	0,198	0,718	Valid
	X1.2		0,593	Valid
	X1.3		0,726	Valid
	X1.4		0,673	Valid
	X1.5		0,650	Valid
	X1.6		0,719	Valid
	X1.7		0,606	Valid
	X1.8		0,567	Valid
	X1.9		0,639	Valid
Mobile Banking (X2)	X2.1	0,198	0,797	Valid
	X2.2		0,819	Valid
	X2.3		0,647	Valid
	X2.4		0,752	Valid
	X2.5		0,719	Valid
	X2.6		0,720	Valid
	X2.7		0,598	Valid
	X2.8		0,661	Valid

	X2.9		0,793	Valid
	X2.10		0,785	Valid
Internet Banking (X3)	X3.1	0,198	0,888	Valid
	X3.2		0,814	Valid
	X3.3		0,770	Valid
	X3.4		0,858	Valid
	X3.5		0,800	Valid
	X3.6		0,812	Valid
	X3.7		0,669	Valid
	X3.8		0,645	Valid
	X3.9		0,836	Valid
	X3.10		0,850	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,198	0,913	Valid
	Y2		0,829	Valid
	Y3		0,785	Valid
	Y4		0,863	Valid
	Y5		0,801	Valid
	Y6		0,751	Valid

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

Dari data uji validitas terlihat seluruh indikator pernyataan yang ada dinyatakan valid, dengan r hitung $>$ r tabel (0,198).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang dirancang untuk mengetahui stabilitas dan konsistensi terhadap indikator tanggapan untuk menunjukkan keandalan data. Dianggap reliabel apabila nilai cronbach alpha $> 0,60$

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	N	Keterangan
ATM (X1)	0,819	9	Reliabel
Mobile Banking (X2)	0,902	10	Reliabel
Internet Banking (X3)	0,936	10	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,906	6	Reliabel

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

Dari hasil uji reliabilitas diatas dilihat bahwa indikator variabel memiliki nilai cronbach alpha $> 0,60$. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwa setiap indeks variabel reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov. Data dianggap normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 data dinyatakan tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.8
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48676135
Most Extreme Differences	Absolute	.156
	Positive	.156
	Negative	-.156
Test Statistic		.156
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

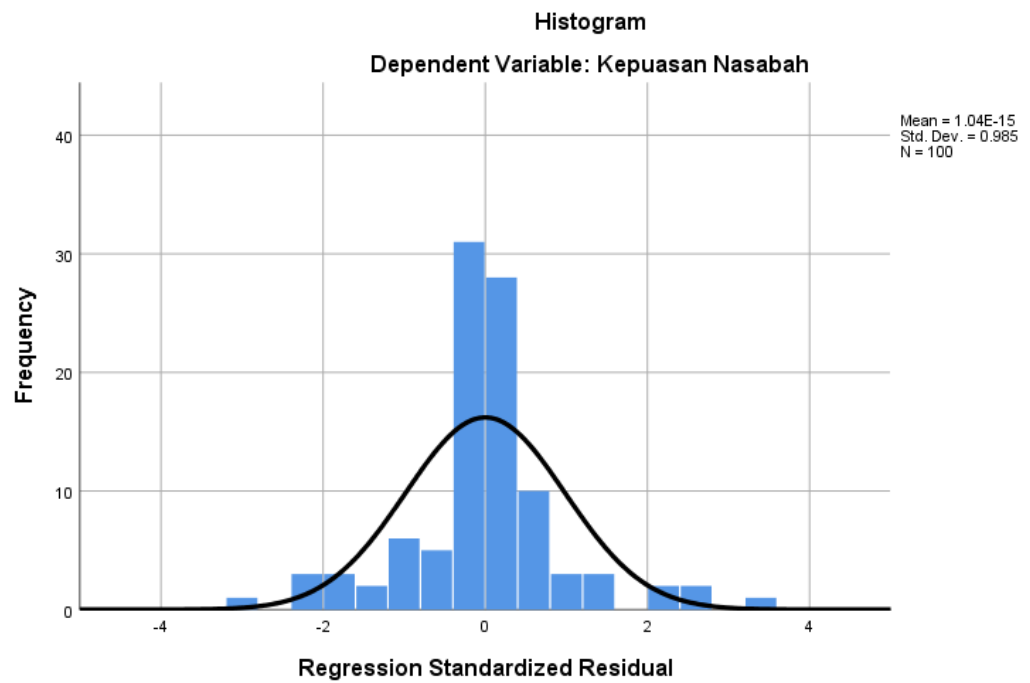
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

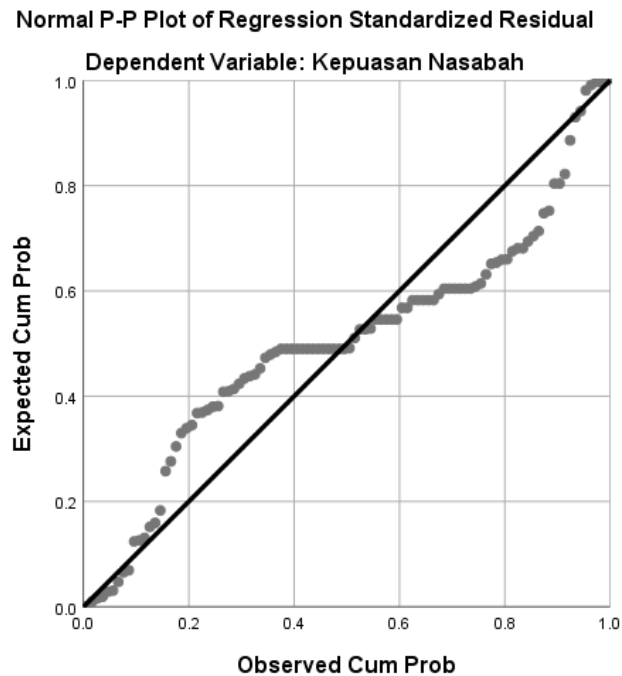
Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov nilai signifikansinya sebesar 0,000 dikarenakan nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05 maka penelitian ini lolos dalam uji normalitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Histogram



Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

Gambar 4.3
Hasil Uji P-Plot



Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ialah mengetahui model regresi yang saling berkorelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi gejala multikolinieritas. Untuk mengetahuinya bisa dilihat dari nilai Value Inflation Factor (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$, maka terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, apabila nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas juga dapat diketahui melalui nilai tolerance $> 0,1$.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
ATM (X1)	0,390	2,562	Tidak Ada Gejala
Mobile Banking (X2)	0,229	4,363	Tidak Ada Gejala
Internet Banking (X3)	0,312	3,204	Tidak Ada Gejala

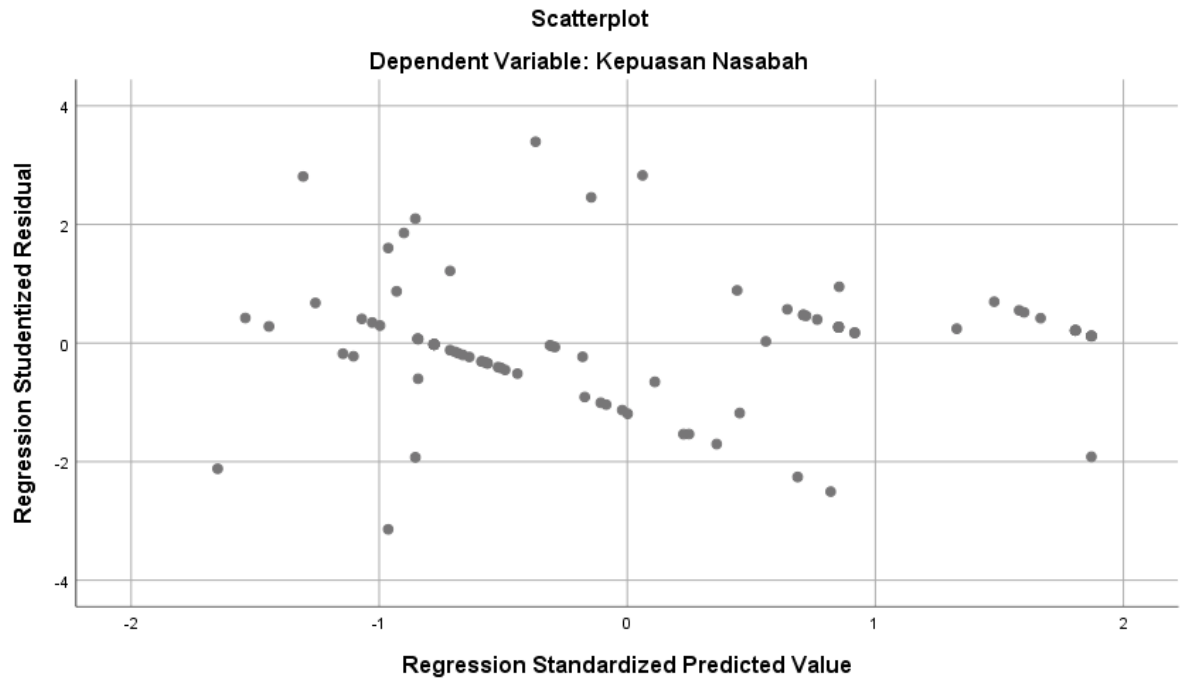
Sumber: Hasil Uji SPPS 25, 2024.

Pada tabel hasil uji multikolinieritas diatas, variabel ATM memiliki nilai VIF sebesar 2,562 ($2,562 < 10$) dan tolerance sebesar 0,390 ($0,390 > 0,1$), pada variabel Mobile Banking memiliki nilai VIF sebesar 4,363 ($4,363 < 10$) dan tolerance sebesar 0,229 ($0,229 > 0,1$), dan pada variabel Internet Banking memiliki nilai VIF sebesar 3,204 ($3,204 < 10$) dan tolerance sebesar 0,312 ($0,312 > 0,1$). Dari sini bisa disimpulkan bahwa ketiga variabel independen tidak menunjukkan gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah uji yang menganalisis adanya kesamaan pada variasi residual. Model regresi yang sangat baik tidak ada gejala heteroskedastisitas. Untuk mengetahui apakah model regresi memiliki gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan gambar scatterplot dengan pola berbentuk titik. Jika ada pola yang teratur maka ada gejala heteroskedastisitas, dan apabila pola menyebar maka tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Menggunakan Scatterplot



Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengetahui seberapa besarnya hubungan antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat).

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,827 ^a	0,683	0,674

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

Berdasarkan hasil R^2 ditentukan nilai R Square adalah 0,683 yang menunjukkan bahwa variabel atm (X1), variabel mobile banking (X2), dan variabel internet banking (X3) memiliki pengaruh secara simultan sebanyak 68,3 % terhadap variabel kepuasan nasabah (Y), sedangkan sisanya 31,7 % dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

Namun, di luar variabel-variabel yang dimasukkan dalam model tersebut, masih ada banyak faktor lain yang juga bisa mempengaruhi kepuasan nasabah. Contoh faktor-faktor ini bisa berupa karakteristik individu nasabah, pengalaman personal dengan perusahaan, persepsi tentang keamanan transaksi, reputasi perusahaan, serta faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, perubahan teknologi, atau tren industri.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji-t digunakan untuk menentukan secara parsial hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen dengan membuat perbandingan antara skor-t yang dihitung dan t-tabel dan menentukan nilai signifikansi 0,05. Jika nilai T hitung $>$ T tabel variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak, bila nilai T hitung $<$ T tabel maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila nilai sig. $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dan apabila nilai sig. $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.11
Hasil Uji T

Variabel	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig
ATM (X1)	1,947	1,984	0,054
Mobile Banking (X2)	2,028	1,984	0,045
Internet Banking (X3)	4,572	1,984	0,000

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

Berdasarkan tabel tersebut diketahui hasilnya yaitu:

- 1) Nilai sig. X1 $0,054 < 0,05$, artinya signifikan, sedangkan nilai Thitung variabel X1 bernilai $1,947 < 1,984$ Ttabel, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis Ha diterima dan H0 ditolak, yaitu tidak terdapat pengaruh parsial antara variabel atm (X1) terhadap variabel kepuasan nasabah(Y).
- 2) Nilai sig. X2 $0,045 < 0,05$, artinya signifikan, sedangkan nilai Thitung variabel X2 bernilai $2,028 > 1,984$ Ttabel, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis Ha diterima dan H0 ditolak, yaitu terdapat pengaruh parsial antara variabel mobile banking (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).
- 3) Nilai sig. X3 $0,000 < 0,05$, artinya signifikan, sedangkan nilai Thitung variabel X3 bernilai $4,572 > 1,984$ Ttabel, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis Ha diterima dan H0 ditolak, yaitu terdapat pengaruh parsial antara variabel internet banking (X3) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

b. Uji F (Simultan)

Uji f bertujuan mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Dengan melakukan perbandingan nilai F hitung > F tabel maka secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dan nilai signifikan < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.12

Hasil Uji F

Model	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig
Regression	69,079	2,70	0,000 ^b

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

Berdasarkan hasil uji F, diketahui nilai F hitung 69,079. Dengan melakukan perbandingan antara nilai F hitung dengan F tabel 69,079 > 2,70 dan nilai sig 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel atm, mobile banking dan internet banking berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi sering digunakan untuk menilai pengaruh dari variabel bebas, yaitu ATM (X1), Mobile Banking (X2), dan Internet Banking (X3) terhadap variabel terikat yaitu variabel Kepuasan Nasabah (Y). Berikut tabel hasil analisis regresi berganda.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Berganda

Varibel	Unstandardized Coefficients B
(constant)	0,885
ATM (X1)	0,141
Mobile Banking (X2)	0,165
Internet Banking (X3)	0,287

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2024.

Model persamaan dalam regresi linear berganda adalah:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,885 + 0,141 X_1 + 0,165 X_2 + 0,287 X_3 + e$$

Model regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan (Y) adalah 0,885, apabila variabel atm (X_1), mobile banking (X_2), dan internet banking (X_3) sama dengan nol, maka kepuasan nasabah akan tetap atau tidak berubah sebesar 0,885, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.
- b. Nilai koefisien (X_1) adalah 0,141, artinya atm (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah ataupun setiap terjadi peningkatan variabel atm (X_1) sebesar satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebanyak 0,141, dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.

- c. Nilai koefisien (X_2) sebesar 0,165, artinya bahwa mobile banking (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah ataupun setiap terjadi peningkatan variabel mobile banking (X_2) sebesar satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebanyak 0,165, dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
- d. Nilai koefisien (X_3) sebesar 0,287, artinya bahwa internet banking (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah ataupun setiap terjadi peningkatan variabel internet banking (X_3) sebesar satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebanyak 0,287, dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.

B. Analisis Data

1. Pengaruh layanan ATM, Mobile Banking dan Internet Banking secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin pengguna layanan digital bank syariah

- a. Pengaruh layanan ATM secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin pengguna layanan digital bank syariah

Berdasarkan hasil uji t, yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel layanan ATM mempunyai signifikansi sebesar 0,054 dapat dilihat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,054 < 0,05$). Dan untuk nilai t hitung sebesar 1,947 yang lebih kecil dari t tabel yaitu

1,984 maka dapat dikatakan t hitung lebih kecil dari dari t tabel (1,947 < 1,984). Jadi, dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hal ini menunjukkan kepuasan nasabah dalam menggunakan mesin ATM sulit digunakan atau dioperasikan, daya tanggap serta kurang terjamin merasa tidak aman dan nyaman. maka dapat dikatakan bahwa variabel ATM tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.

Hasil penelitian ini variabel teknologi self service, pelayanan kualitas dan pemasaran hubungan berbeda sedangkan hasilnya secara parsial sama, dengan penelitian yang dilakukan oleh Djajanto (2014) yang berjudul pengaruh teknologi self service, pelayanan kualitas, dan pemasaran hubungan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 0,1335 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 0,1659 maka dapat disimpulkan tidak dapat membuktikan pengaruh Self Service Technology (SST) dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini variabel Self Service Technology, Kualitas Layanan dan Hubungan Pemasaran berbeda sedangkan hasilnya secara parsial sama, dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Ayu Azisyah (2016) yang berjudul Pengaruh Self Service Technology, Kualitas Layanan, Hubungan Pemasaran terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Bank BNI di Surabaya. mempunyai signifikansi sebesar

0,06 dapat dilihat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,01 ($0,06 < 0,01$). maka dapat disimpulkan bahwa variabel ATM tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini variabel Mobile Banking, Internet Banking dan ATM sama sedangkan hasil parsial berbeda, dengan penelitian yang dilakukan oleh Mualla (2022) yang berjudul Pengaruh Layanan Mobile Banking, Internet Banking dan ATM terhadap Kepuasan Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Pengguna Layanan Digital Bank Syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4,769 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,984 maka dapat disimpulkan bahwa variabel ATM terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

- b. Pengaruh layanan Mobile Banking secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin pengguna layanan digital bank syariah

Berdasarkan tabel uji t, menunjukkan bahwa variabel layanan Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,045 dengan nilai t hitung sebesar 2,028 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,984 ($2,028 > 1,984$) Jadi, dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hal ini menunjukkan fitur-fitur selalu update dan menu yang disediakan jelas dan mudah dipahami sehingga memenuhi kebutuhan nasabah dalam menggunakan layanan Mobile Banking. Maka dapat

dikatakan bahwa variabel Mobile Banking berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.

Hasil penelitian ini berbeda hanya ada 2 variabel yaitu, ATM dan Mobile Banking sedangkan hasilnya secara parsial sama, dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurjuni Arnita, Miti Yarmunida, dan Yenti Sumarni (2023) yang berjudul Pengaruh Self Service Technology (SST) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 11,129 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,986 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Mobile Banking terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini variabel ATM, Mobile Banking dan Internet Banking dan hasilnya secara parsial sama, dengan penelitian yang dilakukan oleh Adik Risa Pratiwi (2022) Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui Self Service Technology terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta). Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 7,997 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,660 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Mobile Banking terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa.

- c. Pengaruh layanan Internet Banking secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin pengguna layanan digital bank syariah

Berdasarkan tabel uji t, menunjukkan bahwa variabel layanan Internet Banking terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan nilai t hitung sebesar 4,572 yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,984 ($4,572 > 1,984$) Jadi, dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hal ini menunjukkan fitur-fitur selalu update dan menu yang disediakan jelas dan mudah dipahami sehingga memenuhi kebutuhan nasabah dalam menggunakan layanan Internet Banking. Maka dapat dikatakan bahwa variabel Internet Banking berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah secara signifikan.

Hasil penelitian ini variabel ATM, Mobile Banking dan Internet Banking dan hasilnya secara parsial sama, dengan penelitian yang dilakukan oleh Elsa Rosalia (2022) yang berjudul Pengaruh Layanan Self Service Technology terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Layanan Digital Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Kelurahan Purwanegara). Hal ini ditunjukkan nilai t hitung sebesar 2,540 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,990 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Internet Banking terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepuasan masyarakat.

Hasil penelitian ini variabel ATM, Mobile Banking dan Internet Banking sama sedangkan hasilnya secara parsial berbeda, dengan penelitian yang dilakukan oleh Felita Restianti, Mila Fursiana, Salma Musfiroh, Titik Hinawati, dan Ainun Khabib (2023) yang berjudul Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui Self Service Technology (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan iB Hijrah. Hal ini ditunjukkan nilai t hitung sebesar 0,556 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,985 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Internet Banking tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap kepercayaan, kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Layanan ATM, Mobile Banking dan Internet Banking secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin pengguna layanan digital bank syariah

Berdasarkan tabel uji f, menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dengan nilai f hitung sebesar 69,079 ($69,079 > 2,70$). Maka hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel layanan ATM, Mobile Banking dan Internet Banking secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin.

Hal ini menunjukkan semakin baik layanan ATM, Mobile Banking dan Internet Banking yang diberikan oleh pihak bank maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah Bank Muamalat KC Banjarmasin.

Variabel Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini dan hasilnya secara simultan sama, dengan penelitian yang dilakukan oleh Felita Restianti, Mila Fursiana, Salma Musfiroh, Titik Hinawati, dan Ainun Khabib (2023) yang berjudul Pengaruh Digitalisasi Perbankan melalui Self Service Technology (SST) terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan iB Hijrah Bank Muamalat KCP Purbalingga. Hal ini ditunjukkan nilai f hitung sebesar 48,681 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2,69 maka dapat disimpulkan bahwa variabel layanan ATM, Mobile Banking dan Internet Banking secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Variabel Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini dan hasilnya secara simultan sama, dengan penelitian yang dilakukan oleh Maslakatus Solikah (2020) yang berjudul Pengaruh Automatic Teller Machine (ATM) dan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun. Hal ini ditunjukkan nilai f hitung sebesar 64,394 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 3,94 maka dapat disimpulkan bahwa variabel layanan ATM, Mobile Banking dan Internet Banking secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.