

TEKNOLOGI INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN MEMPENGARUHI TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH

Akmal Riza

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negari Ar-Raniry, Aceh
akmalriza@ar-raniry.ac.id

Azharsyah Ibrahim

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negari Ar-Raniry, Aceh
azharsyah@ar-raniry.ac.id

Fauzul Azhar

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negari Ar-Raniry, Aceh
150603117@student.ar-raniry.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of information technology and service quality on customer satisfaction at BNI Syariah Banda Aceh Branch Office. Quantitative research method with multiple linear regression analysis using IBM SPSS software version 25. The results showed that information technology and service quality variables had a positive and significant effect on customer satisfaction at BNI Syariah Banda Aceh Branch Office. customer satisfaction variable can be explained by information technology and service quality variables 53.6%, while the effect is influenced by other variables outside the study.

Keywords: Service quality, information technology, customer satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. Metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan *software* IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi dan kualitas layanan baik secara bersama-sama maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh. Variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel teknologi informasi dan kualitas layanan sebesar 53,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas layanan, teknologi informasi, kepuasan nasabah

PENDAHULUAN

Bank syariah mengalami perubahan lingkungan yang demikian pesat juga semakin mendukung persaingan yang terjadi saat ini terhadap perkembangan teknologi. Salah satu indikator keberhasilan seringkali dilihat dari tingkat kepuasan nasabah yang diperoleh melalui pelayanan dan fasilitas yang baik serta produk yang berkualitas. Dalam dunia perbankan syariah, kepuasan nasabah salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan yang terbaik pada setiap nasabahnya.

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya (Kotler dan Keller, 2009:173). Jika dilihat dari dua sudut pandang antara kinerja

keuangan dalam hal penjualan produk dengan kinerja operasional dalam menjalin hubungan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penilaian bahwa suatu bank itu lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Produk yang unggul hanya dapat mewujudkan tujuan jangka pendek perusahaan, sedangkan keunggulan dalam layanan dapat mewujudkan orientasi jangka panjang perusahaan (Yelli, 2017). Untuk mewujudkan orientasi jangka panjang, maka perusahaan harus menciptakan berbagai inovasi supaya nasabah bertahan pada kepercayaan tertentu dan nasabah merupakan suatu hal yang mutlak bagi bank yang menginginkan tetap eksis.

Meningkatkan kepuasan nasabah merupakan kunci terpenting untuk memenangkan persaingan. Mutu pelayanan melalui peningkatan kualitas sumber daya

manusia yang dapat ditunjukkan melalui kinerja karyawan, penggunaan teknologi yang canggih, perbaikan sistem, prosedur dan lainnya salah satu unsur daya saing yang benar-benar mengunggulkan suatu bank sebagai suatu perusahaan dalam bidang jasa. Unsur tersebut sebagai hal terpenting untuk memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada nasabah, juga tidak lupa untuk tetap mengedepankan prinsip dan kaidah syariah islam (Yelli, 2017).

Dewasa ini, industri perbankan telah memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas produk dan layanannya, seperti adanya layanan *e-banking*. Layanan *e-banking* atau *internet banking* salah satu strategi yang digunakan oleh industri perbankan untuk bersaing. Semakin meningkatnya jumlah pengguna internet dan meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun, memungkinkan perbankan untuk melakukan inovasi-inovasi yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi pembayaran maupun pengiriman uang.

Pelayanan inovatif perbankan dengan *e-banking* diharapkan dapat menekan biaya transaksi dan antrian yang terjadi di kantor-kantor bank. Dalam layanan *e-banking*, nasabah dapat melihat saldo rekening, tagihan, serta beberapa aktivitas di rekening bank. Adapun layanan *e-banking* antara lain ATM, EDC, *Internet Banking*, *SMS Banking* dan *Mobile Banking*. Anggraeni (2014) dan Dedi (2017) menyatakan pelayanan berbasis teknologi informasi dan *e-banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kemajuan teknologi informasi juga harus diimbangi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia dari penyedia layanan perbankan. Keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi juga tergantung pada cara mereka memberikan layanan kepada nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah, merupakan hal terpenting dalam upaya meningkatkan kepuasan

nasabah. Mengingat peranan nasabah sangat besar sebagai kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan. Lutfiyana (2016) dan Nina (2016) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas layanan sebagai ukuran seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima (Tjiptono, 2001:60). Kualitas pelayanan yang unggul akan mempengaruhi kepuasan pelanggan suatu perusahaan. Dengan diluncurkannya UU No. 25/2009 tentang Pelayanan Publik, maka seluruh penyelenggara pelayanan publik diwajibkan untuk menyusun, menetapkan dan menerapkan standar pelayanan. Hal ini dikuatkan dengan disahkannya peraturan Menteri PANRB Nomor 36 Tahun 2012 tentang petunjuk teknis penyusunan, penetapan dan penerapan standar pelayanan sebagai peraturan pelaksana dari UU No. 25/2009 tentang Pelayanan Publik. Bahwasanya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan yang berorientasi terhadap keuntungan (*profit oriented*) menerapkan standar pelayanan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Dalam dunia perbankan, keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas layanan yang meliputi fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi serta layanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas sebagai hal terpenting yang dapat menunjang kepuasan nasabah. Bank syariah di Aceh berkembang pesat, di penghujung tahun 2018 yang lalu Pemerintah Aceh

mengeluarkan Qanun Aceh No. 11/2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS), regulasi daerah ini yang mengatur bahwa seluruh lembaga keuangan termasuk bank yang beroperasi di Provinsi Aceh wajib beroperasi dan bertransaksi berdasarkan prinsip syariah.

Perkembangan bank syariah di Aceh semakin meningkat khususnya kota Banda Aceh. Hal ini dapat dilihat dari berdirinya kantor cabang baru dari bank-bank syariah diantaranya yaitu BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah BCA Syariah dan Bank BTN Syariah dan bank lainnya. Berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, bank-bank syariah yang ada di Banda Aceh gencar melakukan promosi atas produk-produk yang dimilikinya, menawarkan produk barunya ke berbagai tempat, seperti kampus, pasar, dan tempat-tempat keramaian lainnya. bank syariah yang ada di Banda Aceh juga berlomba-lomba untuk memperbaiki fasilitas yang dimilikinya, seperti penambahan jumlah ATM, *internet banking*, *m-banking* dan fasilitas lain memudahkan nasabah, serta perekrutan karyawan untuk menyeleksi karyawan terbaik.

Hal tersebut juga terjadi di BNI Syariah Kantor Cabang Banda Aceh sebagai tempat penelitian ini. BNI Syariah kantor cabang Banda Aceh sudah beroperasi sejak tahun 2009, jumlah nasabahnya sudah mencapai 86.343 terhitung dari pertama beroperasi sampai dengan bulan September 2020. Sudah hampir berjalan selama 12 tahun, BNI Syariah Cabang Banda sudah memiliki enam kantor cabang pembantu (KCP). BNI Syariah salah satu perusahaan industri perbankan yang selalu mempertahankan eksistensi dengan meningkatkan kualitas produk, informasi teknologi dan kualitas layanannya.

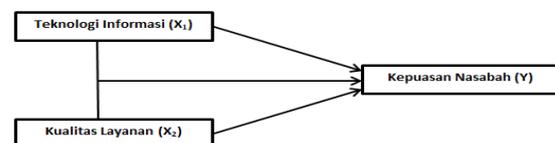
Serta memberikan layanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan

dalam melayani nasabah. Bukan hanya itu, BNI Syariah melalui *m-banking* juga menyediakan jasa lainnya yaitu berbagai jasa pembayaran dan jasa pembelian, seperti pembayaran listrik, PDAM, pajak, BPJS dan pembelian voucher telepon, token listrik, paket data dan lain-lain yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari.

Dengan pengelolaan teknologi informasi dan kualitas layanan yang baik akan menghasilkan pandangan yang baik pula dari nasabah. BNI Syariah KC Banda Aceh telah menerapkan *tagline* baru “Hasanah” sebagai bentuk *campaign* BNI Syariah kepada nasabah dan masyarakat. Hasanah (*hasanah identity campaign*) merupakan *campaign* BNI Syariah untuk mencapai Indonesia BerHasanah. Dua landasan utama yang mendasari yaitu Risalah Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 276 tentang menghilangkan riba dan menyuburkan shadaqah, serta maqashid syariah atau tujuan syariah. Segala produk dan layanan BNI Syariah harus selalu disesuaikan dengan syariat Islam, apalagi di tengah-tengah persaingan bank syariah yang semakin pesat.

KERANGKA PEMIKIRAN

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel X dan satu variabel Y diantaranya Variabel X_1 Teknologi Informasi dan Variabel X_2 Kualitas Layanan dan Y Kepuasan Nasabah.



Gambar 1
Skema Kerangka Pemikiran

Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

Menurut Prasojo dan Riyanto (2011:4) teknologi informasi sebagai ilmu pengetahuan bidang informasi yang berbasis komputer dan perkembangannya sangat pesat. Adapun beberapa upaya yang harus diberikan pihak bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah yaitu dengan

menyediakan fasilitas-fasilitas berbasis teknologi informasi seperti ATM, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, *SMS Banking* dan beberapa teknologi unggulan lainnya. Tidak hanya sekedar pengadaan fasilitas, akan tetapi kinerjanya juga harus efektif dan bermanfaat. Bagi nasabah dengan adanya fasilitas teknologi informasi tersebut, dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi nasabah bisa melakukan transaksi kapan saja dengan cepat serta efisiensi waktu dan tidak hanya ke lokasi bank. Dalam hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Dedi (2017) menemukan bahwa variabel *internet banking* mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Penelitian Anggraeni (2014) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah atau dapat dikatakan kemudahan transaksi dengan menggunakan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Maka hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Tjiptono (2008:247) menyatakan bahwa pada prinsipnya, kualitas pelayanan berfokus terhadap upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Adapun beberapa upaya yang harus diberikan pihak bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah yaitu dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dari penyedia layanan perbankan. Pada industri perbankan, keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas layanan yang meliputi layanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam

melayani nasabah, serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas juga merupakan hal penting yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

Kinerja perusahaan dan karyawan dalam kualitas layanan berupa berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian serta empati dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan. Penelitian Nina (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (dimensi CARTER yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Lutfiyana (2013) menemukan kualitas pelayanan berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah dan kepuasan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah, maka hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

H₂ : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah

Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Kotler (2000) dalam Arif (2012:192) menyatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Adapun beberapa upaya yang harus diberikan pihak bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah yaitu dengan meningkatkan layanan teknologi informasi dan kualitas pelayanan dari pihak bank serta dari seluruh karyawan nya.

Arlita (2017) menyatakan bahwa kualitas teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan nasabah, teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Kantor Cabang Makassar Somba Opu, maka hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

H₃ : Teknologi informasi dan Kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Muhammad (2013:98) penelitian kuantitatif sebagai metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian bersifat statistik dengan mengukur instrumen penelitian berdasarkan angka-angka yang dapat dianalisis. Tujuan dan arah penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif hanya menganalisis dari olahan data angket .

Sumber data primer yang dikumpulkan atau diperoleh langsung di lapangan yang dilakukan oleh penulis atau orang yang melakukan penelitian (Umar, 2008:42). Yakni diperoleh langsung dari responden melalui kuisisioner. Adapun data sekunder sebagai pendukung yang dikumpulkan peneliti atau orang yang memerlukan melalui sumber-sumber yang telah ada (Amrin, 2017:65). Serta data skunder lainnya berupa dari literatur-literatur kepustakaan, seperti skripsi, jurnal, artikel, buku, dan dokumen yang bersangkutan dengan penelitian yang dilakukansebagai data pelengkap.

Menurut Arikunto (1998:117) populasi merupakan sekelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, subjek, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau yang akan menjadi objek penelitian. Populasi penelitian dilakukan pada nasabah PT. BNI Syariah kantor cabang

Banda Aceh dari tahun 2009 sampai September 2020 berjumlah 86.343 nasabah. Metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian adalah *simple random sampling* dengan teknik pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak sederhana tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2001:57). Penentuan besarnya jumlah sampel dicari dengan menggunakan metode slovin (Umar, 2007:78) untuk menentukan jumlah sampel penelitian dari suatu populasi dengan rumus:

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

$$n = \frac{86.343}{1 + 86.343 \cdot (0,1)^2} = 98,85 = 100$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel (n=100)	Ket
Teknologi Informasi (X ₁)	1	0,756	0,195	Valid
	2	0,827	0,195	Valid
	3	0,848	0,195	Valid
	4	0,827	0,195	Valid
Kualitas Pelanan (X ₂)	1	0,734	0,195	Valid
	2	0,767	0,195	Valid
	3	0,794	0,195	Valid
	4	0,717	0,195	Valid
	5	0,851	0,195	Valid
	6	0,821	0,195	Valid
	7	0,860	0,195	Valid
	8	0,819	0,195	Valid
	9	0,794	0,195	Valid
	10	0,814	0,195	Valid
Kepuasan (Y)	1	0,780	0,195	Valid
	2	0,801	0,195	Valid
	3	0,843	0,195	Valid
	4	0,873	0,195	Valid
	5	0,813	0,195	Valid
	6	0,863	0,195	Valid

Sumber : Data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dijelaskan bahwa setiap pernyataan dalam instrument kuisisioner dapat dinyatakan valid, diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung dengan r tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung setiap komponen pernyataan lebih besar dari pada r tabelnya. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pernyataan dalam kuisisioner penelitian dinyatakan valid dan dapat diuji ke dalam uji reliabilitas.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach Alpha	Keterangan
X ₁	4	0,822	Reliabel
X ₂	10	0,932	Reliabel
Y	6	0,907	Reliabel

Sumber : Data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 2, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner yang digunakan dinyatakan reliabel. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai *Cronbach's Alpha*, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* setiap komponen pernyataan lebih besar dari pada 0,60.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,217	2,121		1,988	,050
Teknologi Informasi	,304	,133	,189	2,292	,024
Kualitas Layanan	,353	,048	,612	7,423	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 6, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,217 + 0,304X_1 + 0,353X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan yang dihasilkan melalui analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta adalah 4,217, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel teknologi informasi dan kualitas layanan (nilai X₁ dan X₂ adalah 0) maka kepuasan nasabah pada BNIS ada sebesar 4,217 satuan.
- Nilai koefisien variabel teknologi informasi adalah 0,304, artinya jika variabel teknologi informasi (X₁) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel kualitas layanan (X₂) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka kepuasan nasabah pada BNIS meningkat sebesar 0,304 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi berkontribusi positif bagi kepuasan

nasabah, sehingga semakin komplis teknologi informasi yang disediakan di BNIS, maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan yang nasabah rasakan.

- Nilai koefisien variabel kualitas layanan adalah 0,353, artinya jika variabel kualitas layanan (X₂) meningkat sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel teknologi informasi (X₁) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka kepuasan nasabah pada BNIS meningkat sebesar 0,353 satuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berkontribusi positif bagi kepuasan nasabah, sehingga semakin baik kualitas layanan yang diberikan di BNIS, maka semakin meningkat pula tingkat kepuasan yang nasabah rasakan.

Uji Hipotesis Pengujian Parsial

Berdasarkan Tabel 6 dapat dijelaskan bahwa:

- Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah (H₁)
Uji statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui variabel teknologi informasi (X₁) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,292 dan t_{tabel} sebesar 1,984, sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (2,292 > 1,984) dengan nilai signifikannya sebesar 0,024, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,024 < 0,05). Maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya bahwa variabel teknologi informasi (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).
- Pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah (H₂)
Uji statistik secara parsial pada tabel di atas, dapat diketahui variabel kualitas layanan (X₂) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,423 dan t_{tabel} sebesar 1,984, sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (7,423 > 1,984) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000, nilai signifikan tersebut lebih

kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya bahwa variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y).

Pengujian Bersama-sama

Tabel 7
Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	565,297	2	282,649	56,014	,000 ^b
	Residual	489,463	97	5,046		
	Total	1054,760	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Teknologi Informasi
Sumber : Data primer diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 56,014 dan signifikansinya 0,000. Dengan tingkat signifikansinya 5% dan nilai F_{tabel} sebesar 3,090 yang diperoleh dari $f_{tabel} = f(k; n-k)$ atau $df_1 = k-1$, $df_2 = n-k$, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($56,014 > 3,090$) dan signifikansinya $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel teknologi informasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,732 ^a	,536	,526	2,24633

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Teknologi Informasi
Sumber : Data primer diolah (2021)

Dari hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 25, dapat dilihat pada Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,536 (53,6%). Hal ini berarti hanya 53,6% variabel independen (teknologi informasi dan kualitas layanan) dapat mempengaruhi variabel dependen (kepuasan nasabah). Sedangkan sisanya sebesar 46,4% dipengaruhi

oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan Hipotesis Pertama: Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah dengan nilai signifikan, artinya apabila teknologi informasi mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila teknologi informasi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

Pihak bank selalu meningkatkan kepuasan nasabah dengan menyediakan fasilitas-fasilitas berbasis teknologi informasi seperti ATM, *mobile banking*, *internet banking*, *SMS Banking* dan beberapa lainnya. Bukan hanya sekedar pengadaan fasilitas, akan tetapi kinerjanya juga harus efektif dan efisien. Bagi nasabah dengan adanya fasilitas teknologi informasi tersebut, dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi juga dianggap efektif karena nasabah bisa melakukan transaksi kapan saja dengan cepat serta mengefisiensi waktu karena tidak perlu lagi ke lokasi bank. Dalam hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil sejalan dengan penelitian Anggraeni (2014) bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kemudahan transaksi dengan menggunakan teknologi informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kinerja perusahaan dan karyawan dalam teknologi informasi berupa kemanfaatan dan efektifitas, dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Pembahasan Hipotesis Kedua: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah, apabila kualitas layanan mengalami peningkatan maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila teknologi informasi mengalami penurunan maka kepuasan nasabah juga akan mengalami penurunan.

Pihak bank selalu berupaya untuk kepuasan nasabah yaitu dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dari penyedia layanan perbankan. Pada industri perbankan, keunggulan bersaing bank diwujudkan melalui berbagai jenis kualitas layanan yang meliputi layanan personal dari para karyawan bank berupa interaksi karyawan yang perhatian dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik, keramahan dan kesopanan dalam melayani nasabah, serta penanganan komplain nasabah secara cepat dan tuntas. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Kinerja perusahaan dan karyawan dalam kualitas layanan berupa berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian serta empati dianggap berpengaruh pada responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lutfiyana (2013) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Ponorogo.

Pembahasan Hipotesis Ketiga: Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan secara

bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Syariah. Teknologi informasi dengan jaringan yang cepat dan kualitas layanan yang maksimal akan meningkatkan kepuasan nasabah. Dalam hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi dan kualitas layanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,536 atau 53,6%, artinya pengaruh teknologi informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 53,6%, sedangkan sisanya sebesar 46,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

KESIMPULAN

Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

REFERENSI

- Amrin, A. (2017). Strategi Pemasaran Asuransi Syariah. Jakarta: PT. Grasindo.
- Arikunto, Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Dedi Hartawan. (2017). Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Palembang). *I-Economic*, 3(2), 149-166 .
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lutfiyana Riantika Anggraeni. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Mlarak Cabang Ponorogo). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 2(2), 1-13.

- Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nina Indah Febriana. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muammalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An-Nisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 1-23.
- Sugiyono (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Yelli Trisusanti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis. Journal Of Manajemen*, 4(2), 1-16.